

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Aljaž Vrabec

**Vloga spola v novinarskih prispevkih v rubriki šport v
časopisih Delo, Dnevnik in Ekipa**

Magistrsko delo

Ljubljana, 2016

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Aljaž Vrabec

Mentor: izr. prof. dr. Marko Milosavljević

**Vloga spola v novinarskih prispevkih v rubriki šport v
časopisih Delo, Dnevnik in Ekipa**

Magistrsko delo

Ljubljana, 2016

Vloga spola v novinarskih prispevkih v rubriki šport v časopisih Delo, Dnevnik in Ekipa

Številne tuje raziskave so pri analizi spola v novinarskih prispevkih v rubriki šport zaznale občutno prevlado moških tako v kvalitativnem kot kvalitativnem vidiku. Namen magistrskega dela je bil ugotoviti, koliko se pri tem vprašanju razlikuje slovenski časopisni prostor, natančneje časopisi Delo, Dnevnik in Ekipa. Raziskava je bila opravljena s statistično analizo, kritično diskurzivno analizo in poglobljenimi intervjuji. Rezultati so potrdili, da tudi v Sloveniji v novinarskih prispevkih v rubriki šport prevladujejo moški, medtem ko so ženske zastopane bistveno slabše. Kadar ženske pridejo do večje pozornosti, se potem izpostavi njihovo lepoto in telesni videz, pogostokrat tudi neko moško osebo v ženski bližini. Uredniki in novinarji, ki imajo glavno besedo, kdo bo imel večji prostor v časopisih, se tovrstnih razlik dobro zavedajo, včasih jih celo namerno povzročajo. Kljub temu izpostavljajo, da težko kaj spremenijo v korist žensk, saj so pri občinstvu bolj priljubljeni športniki, ki tudi dosegajo večje uspehe kot športnice. Za glavni razlog moške prevlade se tako največkrat izpostavi tržni vidik.

Ključne besede: spol, ženske, moški, diskriminacija, športno novinarstvo, tržna naravnost.

Gender role in sports articles from the newspapers Delo, Dnevnik and Ekipa

A number of foreign research on gender bias analysis has shown a clear domination of men in newspaper articles both in quality and quantity. This master thesis reviews Slovenian newspapers and finds the differences among the Slovenian newspapers Delo, Dnevnik and Ekipa. The research is based on statistical analysis, critical analysis discourse and in-depth interviews. The results confirm that women are by far less represented in newspaper articles in the sports section than men. However, if women are given more attention, the author focuses on their beauty and appearance and mentions an important male figure. Editors and journalist, who have the main say in who to give attention to, realize these differences and sometimes even perpetuate them. They say that fighting the gender bias is difficult because the readers prefer to read about male athletes, who have better scores than women. Therefore, the main reason for the bias is said to be market orientation.

Key words: gender, women, men, discrimination, sports journalism, market orientation.

KAZALO

| | | |
|-------|--|----|
| 1 | UVOD..... | 7 |
| 2 | VLOGA NOVINARSTVA | 10 |
| 2.1 | Športno novinarstvo | 11 |
| 2.2 | Razvoj športnega novinarstva skozi zgodovino | 14 |
| 3 | VLOGA SPOLA..... | 15 |
| 3.1 | Pojav diskriminacije po spolu | 16 |
| 3.2 | Diskriminacija po spolu v novinarskih prispevkih v rubriki šport | 18 |
| 3.2.1 | Kvantitativni vidik..... | 18 |
| 3.2.2 | Kvalitativni vidik | 21 |
| 3.3 | Razlogi za diskriminacijo po spolu | 24 |
| 3.3.1 | Poročanje o športu je domena moških | 24 |
| 3.3.2 | V športu je manj žensk kot moških | 25 |
| 3.3.3 | Medijska želja po dobičku | 26 |
| 3.4 | Posebnost so olimpijske igre | 27 |
| 3.5 | Kakšna je povezava med športom in spolom | 29 |
| 4 | ŠPORT IN MEDIJI..... | 30 |
| 4.1 | Uredniška funkcija | 30 |
| 4.2 | Novinarska funkcija | 32 |
| 4.3 | Raziskovalna vprašanja | 33 |
| 4.4 | Metodologija | 34 |
| 4.4.1 | Vloga časopisov | 34 |
| 4.4.2 | Kratka predstavitev časopisov..... | 35 |
| 4.5 | Statistična analiza | 35 |
| 4.6 | Kritična diskurzivna analiza (KDA) | 36 |

| | | |
|-------|---|----|
| 4.6.1 | Model kritične diskurzivne analize | 37 |
| 4.7 | Poglobljeni intervjuji | 38 |
| 5 | KATERI SPOL PREVLADUJE V NOVINARSKIH PRISPEVKIH..... | 39 |
| 5.1 | Razlike po spolu po posameznih športih | 40 |
| 5.2 | Razlike po spolu med olimpijskimi igrami | 47 |
| 5.3 | Razlike po spolu gleda na postavitev novinarskih prispevkov | 48 |
| 5.4 | Razlike po spolu v prispevkih, kjer se pojavljajo ženske in moški | 50 |
| 6 | REZULTATI DISKURZIVNE ANALIZE | 50 |
| 6.1 | Spolno označevanje | 51 |
| 6.2 | Heteroseksualna privlačnost | 53 |
| 6.3 | Poudarjanje stereotipov | 54 |
| 6.4 | Pomanjševanje žensk..... | 55 |
| 6.5 | Kateri spol prevladuje pri virih izjav | 55 |
| 7 | RAZPRAVA | 56 |
| 7.1 | Spolna neenakost | 57 |
| 7.2 | Športi, kjer se povečuje pozornost ženskam | 61 |
| 7.3 | Vloga tržne naravnosti..... | 64 |
| 7.4 | Vsebinsko naslavljanje žensk..... | 66 |
| 7.5 | Vloga medijev pri razlikah po spolu..... | 72 |
| 8 | SKLEP | 73 |
| 9 | LITERATURA..... | 76 |
| | PRILOGE..... | 89 |
| | Priloga A: Intervju Matej Štakul | 89 |
| | Priloga B: Intervju Miha Hočevar | 92 |
| | Priloga C: Intervju Goran Obrez | 95 |

| | |
|--|-----|
| Priloga Č: Intervju Andraž Rožman..... | 98 |
| Priloga D: Intervju Jože Okorn..... | 102 |
| Priloga E: Intervju Jurij Završnik | 105 |
| Priloga F: Intervju Saša Verčič | 109 |
| Priloga G: Intervju Mojca Finc | 112 |
| Priloga H: Intervju Barbara Kavčič..... | 115 |

Kazalo tabel

| | |
|---|----|
| Tabela 4.1: Model kritične diskurzivne analize | 37 |
| Tabela 5.1: Število prispevkov po spolu v vseh treh časopisih..... | 40 |
| Tabela 5.2: Število prispevkov po spolu v rubriki šport posameznih časopisih | 40 |
| Tabela 5.3: Število prispevkov po spolu in posameznih športih v vseh treh časopisih | 41 |
| Tabela 5.4: Število prispevkov po spolu in posameznih športih po posameznih časopisih..... | 44 |
| Tabela 5.5: Število prispevkov po spolu v času olimpijskih iger v vseh treh časopisih | 47 |
| Tabela 5.6: Število prispevkov po spolu v času olimpijskih iger po posameznih časopisih.... | 48 |
| Tabela 5.7: Število prispevkov po spolu glede na postavitev na strani..... | 49 |
| Tabela 5.8: Kateri spol prevladuje v novinarskih prispevkih, kjer se pojavita oba spola | 50 |

1 UVOD

Pri obravnavi spola v novinarskih prispevkih v rubriki športu so bile opravljene že mnoge raziskave, toda ne glede na državo ali prireditev so bili rezultati raziskav vedno podobni – ženske so slabo zastopane in manj zanimive kot moški (Bishop 2003; Knoppers in Elling 2004; Edward 2007). Pri tem je družba skozi leta legitimirala argument, da je šport »naravna« domena moških zaradi različnih bioloških in fizioloških sposobnosti moških in žensk (George in ostali 2001). Kljub temu je načelo enakosti spolov v različnih mednarodnih dokumentih opredeljeno kot načelo, ki so ga dolžne spoštovati vse države članice medvladnih in mednarodnih organizacij, kot so Evropska unija, Združeni narodi in Svet Evrope (Zakon o enakih možnostih žensk in moških 2002). Ti dokumenti poudarjajo, da enakosti spolov ne smemo razumeti kot istosti ali podobnosti žensk in moških, temveč kot sprejemanje razlik oziroma drugačnosti med ženskami in moškimi ter enako vrednotenje teh razlik in različnih družbenih vlog (prav tam).

Ključno vlogo pri tem, kateri spol bo prevladoval v medijskih prispevkih o športu, ima športno novinarstvo, ki v medijih zavzema težak položaj (Rowe 2007). Z eni strani je pomemben pri privabljanju bralcev, predvsem moških, z druge strani pa je pomemben tudi za oblast, saj je šport ena tistih stvari, ki javnost usmerja stran od ostalih problemov družbe (prav tam). Športni poročevalci kljub temu še vedno delujejo kot športni navdušenci (Topič 2010). Kritično, argumentirano novinarstvo je v slovenskem prostoru prej izjema kot pravilo (prav tam).

Slovenske raziskave spolne diskriminacije v športu, ki so povezane z novinarstvom, so se med drugim ukvarjale s percepcijo žensk v »moških« športih (Čas 2005), primerjavo marketinške zanimivosti moškega in ženskega športa (Zajec 2007), pojavom spolnih stereotipov znotraj športnega sistema (Gabrijelčič 2005), samopredstavitvijo slovenskih vrhunskih športnic v tisku (Pavšin 2003) in kvalitativno povezavo športa in spola (Ličen 2011). Na mednarodnem področju obstajajo raziskave o kredibilnosti športnih novinark (Gunther in drugi 2011), o tem, kateri spol je imel prednost med televizijskimi prenosi v času olimpijskih iger v Vancouvru (Angelini in drugi 2012), in o tem, kateri spol prevladuje pri poročanju o posameznem športu na televizijskih postajah (Wijlaars 2012). V slednji je avtorica Linda Wijlaars preučevala, kako so novembra leta 2012 o spolu v športu poročali britanski BBC, nizozemski NOS (Netherlands Broadcasting Foundation) in belgijski Sporza. V novinarskih prispevkih je

analizirala, kolikokrat so se v njih pojavile samo ženske, kolikokrat samo moški in kolikokrat oba spola. Največ prispevkov je bilo namenjenih nogometu, kjer ženske praktično niso bile obravnavane. Prav nikoli ženske niso bile omenjene pri košarki in golfu. Največkrat so bile ženske obravnavane pri umetnostnem drsanju in plavanju (prav tam). Večina analiz spolne pokritosti med športnicami in športniki v medijih so narejene za medijski prostor v ZDA in Veliki Britaniji, Liz Crolley in Elena Teso sta jo, denimo, naredila za Španijo (2007).

Ker na tem področju v slovenskem medijskem prostoru še ni bilo opravljene raziskave, sem nastalo vrzel skušal zapolniti s tem magistrskim delom. Raziskal sem, kateri spol prevladuje v novinarskih prispevkih v rubriki šport v slovenskih dnevnikih Delo, Dnevnik in Ekipa, kar je tudi osnovni raziskovalni problem. Dodatno sem raziskal še, kakšen je diskurz poročanja o ženskah in moških v novinarskih prispevkih, in kdo so ključni odločevalci, kateri novinarski prispevki o ženskah in moških bodo objavljeni, kar sta raziskovalni vprašanji.

V analizo so bili zajeti slovenski časopisi Delo, Dnevnik in Ekipa. Delo sem zbral kot največji slovenski dnevni časopis, Dnevnik kot največji lokalni časopis, ki zajema predvsem bralce ljubljanske kotline in Gorenjske, Ekipo pa kot edini slovenski športni časopis, ki je zato primeren za potrebe magistrskega dela. Od ostalih časopisov sem izpustil Večer, ker gre za podoben časopis kot Dnevnik, vendar z manjšo naklado in manjšim poudarkom rubriki šport. Slovenske novice imajo večjo naklado, a malo pozornosti namenjajo športu, zato sem jih prav tako izpustil iz raziskave.

Pri vsakem časopisa sem pregledal prispevke o športu v šestih različnih številkah v obdobju od januarja do junija 2014, s čimer sem zajel precej veliko obdobje. Vse z namenom, da je bilo v časopisih Delo, Dnevnik in Ekipa dovolj različnih zimskih in letnih športov, s čimer sem se izognil eno-dimenzionalnosti. Za preučevani dan sem izbral ponedeljek, ko imata časopisa Delo in Dnevnik največ športnih strani (pokriti so sobotni in nedeljski dogodki).

Pri vprašanju, kateri spol prevladuje v novinarskih prispevkih v rubriki šport, sem uporabil statistično analizo, pri raziskovanju vsebinskih pojavov v besedilih pa sem izbral kritično diskurzivno analizo (KDA). Dilem pri teh odločitvah ni bilo, medtem ko je bilo drugače z izbiro metode, kako preučiti produkcijo novinarskih prispevkov. Na koncu sem izbral poglobljene intervjuje, saj sem ocenil, da tematika magistrskega dela ni takšna, da bi novinarji in uredniki skrivali svoje dejanske poglede in prepričanja. Situacijo v uredništvih bi lahko

preučil tudi z opazovanjem z udeležbo, ko bi ustvaril dnevne zapise z refleksijami o delovanju uredništev in mojimi opažanju in občutki (Stokes 2003). Kljub temu sem izbral poglobljene intervjuje, ki imajo vnaprej določene teme pogovora, ki jih raziskovalec želi podrobneje odkriti, s čimer pridobi vpogled v stališča in percepcijo novinarjev, ki niso eksplicitno določena v besedilih, hkrati gre za metodo, ki lahko veliko povede o vedenju, občutjih in stališčih sogovornikov (Aaker in drugi 1998; Arksey in Knight 1999). Tovrstni intervjuji so tudi najboljši pri odkrivanju motivacije, stališč in predsodkov (Berent 1966).

V mojem primeru sem intervjuval urednike in novinarje. Urednika športnih strani pri Delu in Dnevniku sta bila v času raziskave Miha Hočevar in Matej Štakul, medtem ko sem pri raziskavi delovanja športnega časopisa Ekipa intervjuval odgovornega urednika Gorana Obreza. Poglobljene intervjuje sem opravil tudi z avtorji novinarskih prispevkov. Iz vsake medijske hiše sem izbral po tri avtorje na podlagi več kriterijev, kot so izkušnje, raznolikost poročanja, spol ... Tako sem intervjuval Sašo Verčič in Mojco Finc iz Dela, Jožeta Okorna in Andraža Rožmana iz Dnevnika ter Jurija Završnika in Barbaro Kavčič iz Ekipe. Vsi so se strinjali, da lahko vse njihove izjave uporabim v tem magistrskem delu. Intervjuji so bili opravljeni med 10. septembrom in 27. septembrom 2015. Vsi intervjuji so bili posneti in kasneje pretipkani.

Po uvodu sem v drugem poglavju preko slovenske in tuje literature opredelil, kakšno vlogo ima novinarstvo, in še podrobneje pregledal, kakšno je stanje v športnem novinarstvu. V tretjem poglavju sem nato skušal predstaviti, kaj so na področju spola odkrile tuje raziskave, zakaj prihaja do razlik in kakšne so najpogostejši primeri spolnega razlikovanja. Kasneje v četrtem poglavju sem skušal orisati povezavo med športno industrijo in (športnim) novinarstvom. Po določitvi raziskovalnih vprašanj sem predstavil rezultate raziskave, do katerih sem prišel s statistično analizo in s kritično diskurzivno analizo besedil. Sledi še razprava preko poglobljenih intervjujev in sklep.

2 VLOGA NOVINARSTVA

Novinarstvo je poklic, ki je ključnega pomena za obstoj vsake moderne družbe (Erjavec 1999). Vpleta se v gospodarske, politične in kulturne okvirje vsake družbe in je dovzetna tako za družbene kot za tehnološke spremembe (prav tam). Novinarstvo je namreč tako pomembna in vplivna dejavnost, da si človeškega življenja brez nje v sodobnih družbah ne moremo predstavljati in tudi demokracije v družbi ne (Poler Kovačič 2004). Za moderno novinarstvo je izziv, da najde ustrezno pot med veliko konkurenco, komercializacijo in etičnostjo, hkrati pa mora najti primerne novice za javnost (Sheridan Burns 2002). Gre za kompleksen posel, saj je potrebno zadovoljiti urednika, lastnika, sebe in celotno javnost (prav tam). Opredelitev kakovosti novinarskega izdelka je otežena tudi zaradi predpostavke, da mora vsak novinarski izdelek doseči čim širši krog občinstva (Erjavec 1999).

Pogledi na poslanstvo novinarstva so različni: novinarstvo naj zabava, služi oblasti, naj bo dobičkonosen posel, si prizadeva za obveščenost državljanov, a univerzalne, mednarodno sprejete opredelitve novinarstva ni (Poler Kovačič in Erjavec 2011). Normativne vrste novinarstva so: mediativno novinarstvo, razsvetljsko novinarstvo, odvetniško novinarstvo, razvedrilno novinarstvo in komunitaristično novinarstvo. Mediativno novinarstvo državljanom posreduje zanje pomembne informacije, pri čemer si prizadeva za objektivnost in ostro razlikovanje med poročanjem o dejstvih in razširjanjem mnenj. Razsvetljsko novinarstvo kot pes čuvaj nadzira oblast in tako opravlja vlogo varuha demokracije. Pri odvetniškem novinarstvu je novinar kritik in razlagalec družbene realnosti; deluje kot odvetnik tistih, ki nimajo močnih predstavnikov, in izpostavlja posledice obstoječega neravnotežja moči. Razvedrilno novinarstvo povezujemo z mešanjem informativnih vsebin in zabave ter medijsko tabloidizacijo. Komunitaristično novinarstvo ljudi naslavlja kot državljanke – potencialne udeležence v javnih zadevah, pomaga reševati probleme, izboljšuje klimo javne razprave in prispeva k uspešnemu delovanju javnega življenja (prav tam).

Nacionalni mediji, zraven pa tudi nekateri tržno naravnani mediji, se zavzemajo, da bi poročali objektivno in pošteno, saj to od njih pričakuje javnost (Whitehouse 2001). Ostali imajo drugačne vrednote pri objavi novic – so advokati posameznih idej, denimo na področju človekovih pravic ali družinske problematike, ali pa pri promoviranju posameznih delov industrije, kot sta modna in avtomobilska. Lastnik medija je največkrat tisti, ki določi te

vrednote (prav tam). Mediji nam tudi posredno in neposredno ponujajo, če že ne vsiljujejo življenjske vrednote in merila (Topič 2010).

Tržno novinarstvo je prevladujoči način sodobnega (novinarskega) sporočanja, podrejen predvsem ekonomski in tudi politični sferi (Poler Kovačič in Erjavec 2011). V njegovem jedru je tržna logika: naslovnik je razumljen kot potrošnik in novica kot proizvod. Novinarsko vprašanje izginja. Prevladuje ekonomski model minimalno aktivnega odkrivanja informacij. Ustvarjalci novinarskih prispevkov izbirajo poceni in tržno privlačne vsebine, o objavi odločajo tržne raziskave. Novinar do informacij ne vzpostavlja kritične razdalje, ampak jih upoveduje z ene točke pogleda. Novinar kot subjekt se umika, njegovo vlogo prevzemajo lastniki kapitala in nosilci politične moči in oblasti (prav tam). V novinarstvu je tako mnogo bolj kot na primer v literaturi pomemben tržen uspeh. Kljub temu tržni interesi ne smejo omejevati kakovosti (Erjavec 1999). Vrednote in prakse dobrega novinarstva so neodvisnost od vlade in drugih vplivnih skupin, izkoreninjenje korupcije, avtoritativni glas, na katerega se lahko javnost zanese, kar pa vedno bolj presega odkrito oglaševanje (Rowe 2004).

Za novinarstvo je tudi značilno, da se novinarji svojega poklica še vedno pogosto naučijo kar v praksi z vsakdanjim novinarskim delom (Erjavec 1998). Ta tradicionalen model novinarskega učenja je podoben obrtniškem vajeništvu. Novinarsko kakovost pa se lahko zagotovi s prizadevanjem za profesionalizacijo novinarskega poklica, kajti v kompleksnem družbenem sistemu je kakovost težko doseči s predpisi in strogim nadzorom, mnogo lažje pa je s profesionalizacijo novinarstva. Ključni vidik vsake profesionalne dejavnosti in s tem tudi eden od osnovnih kriterijev zagotavljanja novinarske kakovosti je izobraževanje. Dobra izobrazba novinarjev najpomembneje prispeva k preventivni zagotovitvi kakovosti novinarstva (prav tam).

2.1 Športno novinarstvo

Čeprav je športno novinarstvo pomemben del medijev, ni med najbolj prestižnimi novinarskimi disciplinami (Boyle 2006; Topič 2010). Nekateri ga celo označujejo kot otroški oddelek v medijskih hišah (Boyle 2006; Hardin in ostali 2009), spet za druge je poklic športnega novinarja najboljša služba na svetu (Andrews 2005). Potovanje po svetu, gledanje športnih prireditev iz najboljših sedežev na stadionu, druženje z zvezdniki športniki, gledanje lastnega imena v časopisu in poročanje za tisoče gledalcev med televizijskimi in

radijskimi prenosi (prav tam). S tem tudi sami do neke mere postanejo zvezdniki (Smith 1976; Boyle 2006).

Tako mnogi vidijo športne novinarje, a praksa je lahko precej drugačna (Andrews 2005). Težko in zahtevno delo s kratkimi roki, delo ob večerih in vikendih, veliko porabljenega časa za pripravo in analize, pridobivanje še več znanja, kot ga imajo največji fanatiki, pridobivanje zaupanja športnikov, trenerjev in funkcionarjev, nato pa je treba vse združiti v zabaven tekst, ki ga je največkrat potrebno napisati v zelo težkih pogojih (prav tam). Športni novinarji so pogostokrat tudi ujeti med nasprotujoče si naloge (Rowe 2004). Od njih se pričakuje, pogostokrat kar istočasno, da so objektivni reporterji, kritični raziskovalci, odvetniki športov, ekip in športnikov, predstavniki javnosti in tudi, da so bili nekoč sami vrhunski športniki (prav tam).

Novinarji sicer sebe vidijo v različnih lučeh, od varuhov resnice, psov čuvajev, do zabavljajev in proznih stilistov (Andrews 2005). Realnost je drugačna in veliko bolj preprosta. Osnovna naloga vsakega novinarja je, da napolni prostor. V časopisu, radiu ali pa na televiziji. Ne glede koliko je pomembnih dogodkov, čas in prostor morata biti v medijih vedno zapolnjena. Šport je pri tem zelo uporaben, saj je v določeni meri zelo predvidljiv (prav tam). Obenem športne dogodke spremljajo napetost, pričakovanja, dramatičnost in veliko število zvezd (Poler Kovačič in Erjavec 2011). Športno novinarstvo dopušča velika odstopanja od tradicionalnih konvencij. Običajno imajo športni prenosi interpretativno, informativno in razvedrilno funkcijo. Šport je fenomen, s katerim so povezani politični, kulturni, ekonomski in širši družbeni problemi. Športno novinarstvo vključuje različne vrste ideologij in družbenih delitev (nacionalizem, rasizem, šovinizem, razredna stratifikacija) (prav tam). Morda nekoč še ni bilo pomembno, kaj se s športnikom dogaja izven športnih igrišč, čeprav je njegovo zasebno življenje vplivalo na kvaliteto športnega nastopa (Topič 2010). Danes poročevalci izbrskajo številne zgodbe iz zasebnega življenja športnika in jih brez zadrege objavijo skupaj s poročilom tekme (prav tam).

Šport in mediji imajo zelo simbiotično razmerje (Beck in Bosshart 2003). Hkrati je zraven pomemben dejavnik tudi oglaševanje. Tako športna industrija kot mediji imajo velik interes, da dosežejo ljudi kot navijače, gledalce in potrošnike (prav tam). Športno novinarstvo sicer ne obravnava vsega športa, ampak predvsem oglaševalsko zanimive in spremljane športe (Poler Kovačič in Erjavec 2011). Športno novinarstvo je namreč vezni člen med navijačem in

njegovo najljubšim športnikom ali ekipo, ključno gonilo medija pa je dobiček (Smith 1976; Topič 2010; Poler Kovačič in Erjavec 2011). Športno novinarstvo ima informacije, ki jih javnost želi, športniki pa s športnim novinarstvom dobijo brezplačno publiciteto (prav tam). Zdi se tudi smiselno domnevati, da si založniki časopisov prizadevajo prodati časopis, zato pokrivajo dogodke, ki se štejejo za novičarsko vredne (Lever in Wheeler 1984). Njihovo pokrivanje dogodkov je tako bolj odvisno od zanimanja javnosti in sprememb v športu kot od interesov športnih novinarjev. Razlika je možna bolj ali manj zgolj takrat, ko je časopis medijski pokrovitelj določenega športnega dogodka. Resda imamo dokaze predvsem o tem, kaj je ponujeno za branje, in ne o tem, kaj se dejansko bere, toda nobenih indikatorjev ni, ki bi kazali na zmoto odgovornih urednikov, ki namenjajo določenemu športu več prostora. V nekaterih časopisih športne novice zajemajo skoraj največ strani, če jih primerjamo z ostalimi sekcijami (gospodarstvo, notranja politika, zunanja politika, kultura...), obstajajo pa analize, ki kažejo, da imajo športne strani tudi do petkrat več bralcev kot druge sekcije (prav tam).

Prav zato je posebnost športnega novinarstva, da je na eni strani med najbolj brani, a na drugi strani med zelo nespoštovanimi (Rowe 2004; Boyle 2006). Novinarski kolegi iz ostalih področij večkrat zavidajo športnim novinarjem, ker dosega takšno branost. Športni novinarji namreč ne dosega plač, kot bi jih lahko na podlagi branosti njihovih prispevkov. Tako prihaja do paradoksa, da so prispevki športnih novinarjev zelo brani, a malo spoštovani (prav tam). Tudi zato se precej mladih nadarjenih novinarjev izogiba športnega novinarstva, ker ima slab ugled (Rowe 2004). O ugledu športnega novinarstva pove veliko tudi podatek, da so zgolj štiri Pulitzerjeve nagrade v zgodovini pristale v rokah športnih novinarjev za zgodbe iz športa (Hardin in ostali 2009). Za športne novinarje še posebej velja, da se obrti naučijo največkrat kar na delovnem mestu (Smith 1976; Knoppers in Elling 2004). Zelo redko so svojo izobrazbo pridobili na novinarskih šolah, velik problem pa je, da praktično ne obstaja izobraževanj, ki bi novinarje učile, kako in kaj naj poročajo o posameznem športu (prav tam). Dolga leta za športne novinarje velja, da je bolj pomembno znanje o športu kot znanje o novinarstvu (Andrews 2005). Prav zato se precej športnih novinarjev bolj druži in sodeluje s športnimi novinarji iz drugih medijskih hiš kot z novinarji iz lastne medijske hiše, ki pišejo o čem drugem. Ker so zahteve za športnega novinarja precej unikatne, športni novinarji le redko zamenjajo redakcijo in/ali tematiko svojega poročanja (prav tam). V primerjavi z drugimi uredništvi, ki so bolj povezana in včasih v celo isti sobi, so športna uredništva ločena in so v njih samo športni novinarji (Knoppers in Elling 2004; Pape in Featherstone 2005). Športni

novinarji so izjema v pravilu, da bi morali novinarji menjati svoja področja delovanja (Knoppers in Elling 2004). Raje ostanejo tam, kjer so, in si ustvarijo svojo subkulturo, s čimer ohranjajo isto perspektivo delovanja (prav tam).

2.2 Razvoj športnega novinarstva skozi zgodovino

Ker mediji športu vseeno namenajo vse več prostora, se za šport povečuje tudi interes v vseh socialno-ekonomskih družbenih razredih (Andrews 2005). V Veliki Britaniji je tako v povezavi s športom zaposlenih 376.000 ljudi, kar je več kot zaposluje kemična industrija ali kmetijstvo (Rowe 2004). Šport v medijih raste vseskozi, skupaj z njim pa tudi športne strani (Lever in Wheeler 1984). Na začetku so časopisi pokrivali le posamezne športne dogodke, kot so bili občasni veliki boksarski spopadi ali motoristična dirka. S časoma je šport postal bolj organiziran. Ustanovila so se državna prvenstva, več je bilo mednarodnih tekmovanj, vse je začelo potekati po rednih urnikih, zato se teh dogodkov ni dalo drugače pokriti, kot z organiziranjem športnih strani v časopisu. Ob prelomu prejšnjega stoletja so časopisi tako prepoznali pomembnost športa in organizirali redne športne strani (prav tam). V dnevnih časopisih je šport zdaj pogostokrat v zadnjem delu, največkrat prav na zadnjih štirih straneh (Rowe 2004). Obstajajo tudi povsem športni časopisi z dnevnimi novicami in športne revije. Najdemo jih praktično za vse športe posebej kot tudi splošne revije o več športih. Šport je sodoben nosilec nalog in prenašalec različnih sporočil, kar počne tudi preko športnih medijev (prav tam). Nekateri med njimi imajo skoraj stoletno zgodovino (L'Equipe, El mundo deportivo, La Gazzetta Dello Sport) (Topič 2010).

Športno novinarstvo se sicer deli na dve ravni – zabavno, lahko mu rečemo tudi komercialno novinarstvo, in na institucionalno novinarstvo, ki mora zastopati javni interes (Knoppers in Elling 2004). Pri prvi ravni gre za športno novinarstvo kot posel. Piše in poroča se o tistih športih in športnikih, ki so zanimivi za javnost, ki pritegnejo bralce, gledalce in poslušalce. Prav pri tej ravni pogostokrat prihaja do zapostavljanja ženskega športa na račun moškega. Ob tem se pogostokrat dogaja tudi to, da so takšni športni dogodki, kot so nogometne lige ali formula 1, predvajani na plačljivih televizijskih postajah. Na drugi strani obstajajo športni dogodki, ki so del javnega interesa. Tako se šport znajde med najpomembnejšimi novicami dneva, ko gre za osvajanje kolajn na olimpijskih igrah. Denimo na Nizozemskem je vlada leta 2000 uzakonila, da se morajo veliki športni dogodki, kot so olimpijske igre, svetovno in

evropsko nogometno prvenstvo, Tour de France ali Wimbledon, predvajati brezplačno, saj gre za del javnega interesa, zato imajo ljudje pravico, da jih spremljajo brezplačno (prav tam).

Najstarejši medij, ki ljudi obvešča o športu, je časopis (Beck in Bosshart 2003). Prvi časopisi so bili izdani v 17. stoletju, približno 150 let kasneje je bil objavljen prvi prispevek o športu. To je bilo leta 1733, ko je časopis Boston Gazette objavil poročilo z boksarske tekme med Johnom Faulcomerjem in Bobom Russelom. Najprej so tovrstna športna poročila sestavljala sekcijo lokalnih novic, prvi časopis s samostojno športno sekcijo pa je bil Morning Herald iz Anglije leta 1817. V ZDA je vse bolj popularen postajal bejzbol, enako tudi nogomet in kolesarstvo, zato so postale športne strani vse bolj brane. Pomembno novost je prinesel telegraf, saj so lahko novinarji hitreje začeli prenašati informacije iz prizorišč do medijev in nato do bralcev. Hkrati so časopisne hiše tudi zmanjšale stroške tiska, zato je časopis postal bolj dostopen. Prvi časopis, ki je imel športno redakcijo in s tem novinarje, ki so pisali samo o športu, je bil New York World leta 1883 (prav tam).

3 VLOGA SPOLA

Spolna diskriminacija je povezana z etičnostjo, pojav dvoma o etičnosti športnih novinarjev pa ni nič nevsakdanjega (Hardin 2005). Mnogi medijski analitiki so mnenja, da bi morali za športne novinarje veljati enaki standardi kot za vse ostale novinarje. V zadnjih letih je tovrstne pozive izrazilo tudi precej športnih novinarjev, ki želijo izboljšati profesionalnost v svojem poklicu. Še posebno to velja za mlade športne novinarje, kar je dobrodošla informacija (prav tam).

Razmišljanje o etiki je razmišljanje o novinarstvu in kaj novinarstvo počne (Sanders 2003). Etika je moralna filozofija, ki se sprašuje, kako bi morali živeti. Razmišljanje o etiki je tudi eno od najstarejših intelektualnih tradicij (prav tam). Etika je v novinarstvu še toliko bolj pomembna zaradi razmerja med medijem in družbo (Hardin in ostali 2009). Novinarji so vodeni preko različnih etičnih kodeksov, zakonov in svoje lastne morale (prav tam). Novinarski etični kodeks je eden ključnih elementov profesionalnosti, je temeljni samoregulacijski dokument, v katerem novinarji po samopremisleku o svojem poslanstvu opredelijo etične smernice, po katerih naj bi se ravnali (Poler Kovačič in Erjavec 2011). Uporaba etičnih kodeksov se je v novinarstvu izkazala kot uporabna, toda etični kodeks ne

omogoča tudi etičnega ravnanja (Hardin 2005). Bistveno bolj pomembno je, koliko ga novinarji spoštujejo kot pa njegov obstoj (prav tam).

Pomembna je tudi samoregulacija, ki je pojem, ko si novinarji sami naložijo določene omejitve (Poler Kovačič in Erjavec 2011). Pomembno vlogo pri etičnosti novinarstva igra izobrazba (Sanders 2003). Novinarske izobraževalne študije se pogostokrat osredotočajo na temeljno znanje in spretnosti, vse več pozornosti se namenja tudi etičnosti (prav tam). V Sloveniji je med zaposlenimi novinarji 40,6 odstotka takšnih, ki so bili študentje novinarstva in so prejeli diplomu (Poler Kovačič in Leban 2009).

Spolna diskriminacija za ženske se kaže tako, da se moške postavi v središče diskurza ali pa se o etičnosti govori na splošno (Urh 2011). Glas žensk, pripadnic etničnih manjšin, je zato neslišen. Družba je zelo obremenjena z vprašanjem, kdo smo, manj pa z vprašanjem, kaj želimo doseči (prav tam). Etične norme novinarjev pri tem nikakor ne smejo biti v nasprotju s splošnimi človeškimi vrednotami (Erjavec 1999). 20. člen Kodeksa novinarjev Republike Slovenije pa pravi: Novinar se mora izogibati narodnostnim, rasnim, spolnim, starostnim, verskim, geografskim in drugim stereotipom ter podrobnostim, ki so povezane s spolnimi nagnjenji, invalidnostjo, fizičnim videzom, socialnim položajem ali drugimi osebnimi okoliščinami posameznikov in skupin (Novinarski kodeks 2010).

3.1 Pojav diskriminacije po spolu

Do spolne diskriminacije pride, ko je ravnanje proti določeni osebi usmerjeno zaradi spola, s čimer se razvije okolje, ki je za razumnega človeka sovražno in žaljivo (Frisch 2014). Spolno diskriminacijo lahko razdelimo v tri kategorije: klasično ali »nespolno nadlegovanje«, »spolno nadlegovanje« in »mešano nadlegovanje«. Nespolno nadlegovanje je, ko je ženska ali moški v slabšem statusu zaradi svojega spola. Gre predvsem za verbalno poniževanje, ali preproste pripombe, da nekdo ni zmožen opraviti določenega dela zaradi svojega spola. Spolno nadlegovanje ob tem že vključuje seksualne pripombe in spolno dotikanje. Mešano nadlegovanje pa je kombinacija obojega. Delodajalec, denimo, delavko žali verbalno in jo tudi otipava (prav tam).

Status spola v Sloveniji določa Zakon o enakih možnostih žensk in moških (ZEMŽM). Zakon v osnovi določa skupni temelj za izboljšanje položaja žensk in ustvarjanje enakih možnosti žensk in moških na političnem, ekonomskem, socialnem, vzgojno-izobraževalnem in na

drugih področjih družbenega življenja (Uradni list RS 2002). Ustvarjanje enakih možnosti je naloga celotne družbe in pomeni odstranjevanje ovir za vzpostavljanje enakosti spolov, zlasti s preprečevanjem in odpravljanjem neenakega obravnavanja spolov kot oblike diskriminacije v praksi, ki izvira iz tradicionalno in zgodovinsko pogojenih različnih družbenih vlog, in ustvarjanje pogojev za vzpostavljanje enake zastopanosti obeh spolov na vseh področjih družbenega življenja. Enakost spolov pomeni, da so ženske in moški enako udeleženi na vseh področjih javnega in zasebnega življenja, da imajo enak položaj in enake možnosti za uživanje vseh pravic in za razvoj osebnih potencialov, s katerimi prispevajo k družbenemu razvoju, in enako korist od rezultatov, ki jih prinaša razvoj (prav tam).

Spolna diskriminacija je nastala na podlagi zapletenih zgodovinskih, materialnih, kulturnih in socialnih razmer (Steiner 2012). Spolna socializacija predpostavlja, da se razlike med spoloma razvijajo postopoma. Začnejo se že v šoli in nato ob igri in delu. Spolna identiteta se gradi preko obnašanja v družini nacionalnih in kulturnih vrednot, formalnega in neformalnega izobraževanja, komercialnih izdelkov, institucionalnih struktur in celotnega življenjskega cikla, najbolj pa preko medijskih vsebin. Resda so mogoče izjeme, toda ženske so potisnjene v hegemonijo ženskosti, moški pa v hegemonijo moškosti. Razlika med spoloma dejansko prebiva v nekakšnem ideološkem konstrukt in ne v dejanskih lastnostih žensk in moških (prav tam).

Uspeh ženske v karieri je vedno odvisen tudi od spolne diskriminacije, s katero so se morale soočiti. Kajti, če si diskriminiran, ne moreš doseči enakega simboličnega in predvsem ekonomskega uspeha, kot bi ga lahko drugače (Herrbach in Mignonac 2012). Kar 95-97 odstotkov menedžerjev v tisoč največjih ameriških podjetjih je namreč moških in belcev (Steiner 2012). Neenakost med spoloma je tako marsikje še vedno trdno zakoreninjena (Pihlar 2010). Feministične analize in kritike tako večkrat napadajo medije, da nadaljujejo s patriarhalnim sistemom, v katerem so ženske sistematično žrtve moške nadvlade (Hodkinson 2011). Ženske so bile redno označene stereotipno tudi v tisku, kar ima dolge zgodovinske korenine (Christians in ostali 2005).

Spol bi se moral deliti na moške in ženske, toda v množičnih medijih so ženske predvsem izjema in problem (Steiner 2012). Ženske imajo kljub temu različne spretnosti in naravne talente, ki se bodisi dopolnjujejo bodisi so celo boljši od moških. Ženske imajo na splošno

širšo perspektivo, večjo duševno prožnost, sprejemajo bolj intuitivne in domiselne sodbe, bolj prenašajo nejasnosti in razmišljajo bolj dolgoročno. Pri odločanju pretehtajo več spremenljivk, več možnosti in tudi spomnijo se več stvari. One integrirajo, posplošijo in sintetizirajo. Več raziskav je tudi že potrdilo, da so ženske boljše vodje kot moški (prav tam).

V novinarstvu se od žensk pričakuje, da bodo pokrivale mehkejša tema, kot so moda, življenjski slog in ostale ženske zadeve, medtem ko se od moških pričakuje, da bodo poročali o resnih zadevah, kot so politika, mednarodne zadeve in vojne (Christians in ostali 2005; Pozner 2006). V obdobju med 2000 in 2010 so ženske v Združenih državah Amerike v povprečju zavzele 36,6 odstotka zaposlenih v dnevnikih (Steiner 2012). Odstotek se skozi desetletje ni bistveno spreminjal. Opazen je bil tudi trend, da starejše ženske izginjajo iz televizijskih oddaj. Skupno so ženske poročale zgolj 32 odstotkov t.i. resnih zgodb iz politike in gospodarstva. Globalno gledano se ženske pojavijo v 25 odstotkih zgodb, ko poročajo ženske, in v 20 odstotkih, ko poročajo moški. Ženske naj bi se sicer raje izogibale negativnim zgodbam kot moški. Žensko gibanje se je v ameriških medijih okrepilo po letu 1960, pred tem so bili moški prepričani, da je vloga žensk v novinarstvu zgolj, da poročajo o ženskih zgodbah in problemih. Moški novinarji niso imeli tega interesa. Enako velja za uporabo virov. Moški se namreč pri iskanju virov raje odločijo za moške kot ženske, čeprav bi jim tudi ženske predstavljale verodostojen vir. Ženske se pri iskanju zgodb in virov bistveno manj ukvarjajo, katerega spola je oseba (prav tam; Christians in ostali 2005; Schwartz 2011).

Razlikam med spoloma so primerne tudi razlike v zaslužku (Pozner 2006). Toda stvari so se spremenile, ko je novinarstvo postalo bolj tržno usmerjeno, saj se je tudi industrija feminizirala. Postavljeni so bili novi standardi v vsebini in slogu, zato so novice postale bolj odprte tudi za ženske (Steiner 2012). Ko so mediji ugotovili, da spolnost prodaja, so začeli posvečati več pozornosti primerom, ki se nanašajo na spolno diskriminacijo (Frisch 2014).

3.2 Diskriminacija po spolu v novinarskih prispevkih v rubriki šport

3.2.1 Kvantitativni vidik

Ženske že več desetletij dobivajo v športnih medijih bistveno manj pozornosti kot moški (Messner in ostali 2003). Mednarodna raziskava »International Sports Press Survey« iz leta 2005, ki je zajela športno novinarstvo v več kot 10.000 pisnih izdelkih v 37 časopisih iz desetih držav (Avstralija, Avstrija, Danska, Anglija, Nemčija, Norveška, Romunija, Škotska,

Švica in ZDA), je razkrila, da 58 odstotkov besedil vsebuje poročila ali napovedi športnih dogodkov, pet odstotkov je besedil o politiki v športu, trije odstotki o denarju v športu, samo 2,5 odstotka besedil pa se nanaša na socialni vpliv športa (Rowe 2007). Raziskava je tudi zaznala, da je ženskam športnicam namenjeno zgolj 14 odstotkov besedil, le pet odstotkov pa je novinark, ki pišejo o športu (prav tam). Woolard je leta 1983 naredil analizo petih časopisov, ki je razkrila, da športnice dobijo samo 15 odstotkov medijskega prostora. V manj obširni študiji je Bryant (1980) zaznal, da so športnice dobile zgolj pet odstotkov medijskega prostora. V analizi športnih strani časopisa Chicago Tribune v letih 1900, 1925, 1950 in 1975 je bilo ugotovljeno, da je bilo zelo malo prispevkov namenjenih ženskam (Lever in Wheeler 1984). Leta 1900 denimo samo 1,2 odstotka prispevkov. Do leta 1925 je poročanje o ženskah naraslo na 4 odstotke, kjer je ostalo tudi leta 1950, do leta 1975 pa so ženske zasedle zgolj 4,1 odstotka vseh športnih prispevkov (prav tam).

Ti podatki nakazujejo spolno diskriminacijo v športu, ki je eden od problemov novinarskega poročanja, saj imajo ženske v športu manj medijske pokritosti tako v kvalitativnem kot kvalitativnem vidiku, če se jih primerja z moškimi (Mastro in drugi 2012). Ženske v športu zavzamejo le pet odstotkov medijske pokritosti, čeprav predstavljajo kar 40 odstotkov vseh ljudi v športu. V nasprotju s športniki, pri katerih se izpostavlja sposobnost, znanje, moč in odličnost, se športnice izpostavlja preko lepote in telesnega videza. Ženske so v medijih upodobljene kot osebe z otroškim obrazom, ki imajo močna čustva, ali kot osebe, ki so spolno privlačne. Moški so večinoma upodobljeni kot pogumneži (prav tam; Wallis 2010). Mediji imajo možnost vplivati na družbena prepričanja, lahko tudi gradijo in oblikujejo vrednost odnosov v družbi (Low in Sherrard 1999). Množični mediji zahtevajo pozornost, da se v njih preuči vlogo spolov in oblikovanje medsebojnega odnosa. Zato, ker je vloga spola nenehna tema pogovorov, je potrebno spremljati, koliko se spreminja predstavitev žensk v javnosti (prav tam). Prav svet športa je tista institucija, kjer se razmerje med spoloma najbolj manifestira (Christopherson in ostali 2002). Šport predstavlja mikroskopsko sliko celotne družbe, v kateri se prikazujejo vsa nasprotja in paradoksi, ki jih ima svet žensk na ostalih področjih. Medijska sporočila o vlogah žensk so predstavljena milijonom gledalcev preko televizije, časopisov, magazinov in interneta (prav tam).

Šport je že skozi ves svoj obstoj v feminističnih študijah predstavljen kot seksualna in patriarhalna institucija moških, pri čemer imajo velik vpliv ravno mediji (Crolley in Teso

2007). Mediji namreč pripomorejo k razlikam, saj so pri nekaterih športih ženske povsem odrezane od medijskega prostora, zato ima javnost občutek, da ženski šport ni pomemben (prav tam). Ideal moških je, da izražajo svoje sposobnosti preko mitskih junakov, velikih bojev, gledalci in bralci pa preko tega dobijo občutek skupne pripadnosti (Von der Lippe 2008). S to moško kulturo je največkrat povezan nogomet, najprimernejši način za poniževanje opozicije pa uporaba homoseksualnih in ženskih metafor. Moško telo je norma in začetna točka športa (prav tam).

Tako je že od antičnih olimpijskih iger naprej, ko je bil šport primarno orožje za obrambo, ohranitev, okrepitev in poudarjanje zahodnih idej moškosti (Sabo 1998). Moško atletske telo ima disciplino, simetrijo in vzdržljivost, kar so vse atributi moči. Takšno razmišljanje se je s pomočjo umetnosti ohranilo do sedanjih časov, ko so glavni glasnik moške moči postali mediji. Glavna področja ohranjanja prevlade moškosti so še vedno vojne, politika, znanost in šport, spremljanje športa pa je ena od redkih stvari, ki v moderni družbi združuje moške in fante ter očete in sinove. Pogovor o športu je področje, pri katerem se moški vseh socialnih in etničnih skupin pogovarjajo o stvareh, kot so disciplina, znanje, pogum, tekmovanje, lojalnost, poštenost, moštveni duh, hierarhija ... (prav tam).

Kljub temu se tudi milijoni deklet in žensk ukvarjajo s športom, iz leta v leto jih je več, a medijska pokritost temu ne sledi v enaki meri (Messner in Cooky 2010). Precej zgodb o športnicah pride v medijsko ospredje zaradi incidentov, pretepev, hudih kršitev pravil ali kakšnega drugega konflikta. V takšnih primerih ženski šport vedno postane novičarsko vreden. Dogodilo se je tudi, da so športnika primerjali s športnico in to v negativni konotaciji. Na televizijski postaji KNBC so tako dejali: »David Beckham je postal Ana Kurnikova v nogometu. Ženske ga rade gledajo in bodimo pošteni, enako velja za nekatere moške (prav tam).« Nič boljše ni z ženskim nogometom na Norveškem, kjer ima le sedem odstotkov medijskega prostora na televiziji, čeprav gre za državo, ki je v ženskem nogometu v svetovnem vrhu (Von der Lippe 2008). Ljudje so tako brez vprašanj sprejeli, da so moški za šport bolj primerni kot ženske, kar velja tudi za zahodne družbe, ki so sprejele, da so ženske podrejene moškim, zato se od njih ne pričakuje, da bodo uspešne v športu (Bryson 1990). S tem pa se vseskozi potrjujejo patriarhalne razlike med spoloma (Crolley in Teso 2007).

3.2.2 Kvalitativni vidik

Raziskovalci v tujini so že večkrat preučevali moški in ženski šport v medijih (Crossman in ostali 2007). Analizirali so poročanje iz različnih velikih tekmovanj, od poletnih in zimskih olimpijskih iger, iger Commonwealth, svetovnih prvenstev, univerzitetna tekmovanja... Praktično vse študije novinarskih besedil in fotografij v zadnjih tridesetih letih so potrdile, da so športnice v medijih bistveno manj zastopane kot moški. O ženskah se večinoma poroča trivializirano, stereotipno, devalvirano in marginalizirano (prav tam). V ospredju so njihov fizični videz, obleka, psihološke značilnosti, fizična moč in vloga v družini, kar velja predvsem za tabloidne časopise (Vincent in ostali 2002).

Feministični kritiki trdijo, da množični mediji igrajo pomembno vlogo pri krepitevi naravnih spolnih razlik, ker moške športnike predstavljajo kot močnejše od športnic, pri katerih se izpostavlja predvsem estetsko lepoto (Daddario 1994; George in ostali 2001). Značilnosti nepoštenosti v pokrivanju ženskega športa se kažejo v razlikah v kvantitativnih objavah, pri čemer se poudarja ženskost, seksistični jezik in osredotočenje na telesni videz tekmovalke (George in ostali 2001). Veliko žensk je v športnih prispevkih označenih kot »dekle«, a na drugi strani skoraj noben moški ni označen kot »fant« (prav tam). Ženske v športu so predstavljene preko diskurza, ki nakazuje njihovo sodelovanje in ne tekmovanje (Bishop 2003). Pogostokrat se uporablja opazke, kot so »ameriška mala sestrica«, ali »dekle, ki bi jo vsak želel za sosedo«. Denimo med televizijskimi prenosi so drsalke na letu predstavljene kot »pravljичne princese«, ali kot »mali angeli« (prav tam).

Ženske so večkrat naslovljene tudi kot »dekleta« in »mlade dame«, pogostokrat so v medijih omenjene po imenu in ne priimku, za razliko od moških (Kennedy 2000). Komentatorji se na račun žensk tudi pogostokrat šalijo in ob njihovem udejstvovanju uporabljajo seksizme in šaljive pripombe (Messner in ostali 2003). Ure trdega dela in odrekanja izginejo v neprimernih opazkah komentatorjev (prav tam). Besedila v časopisih in tudi znanstvenih člankih pogostokrat povečujejo dosežke športnikov in ignorirajo dosežke športnic (Duncan 1990; Eastman in Billiangs 2001). Ko tekmujejo ženske, je manj poudarka na rezultatu, pozornost dobijo njihovi moški trenerji, v primeru neuspeha se v ospredje postavlja njihovo čustveno ranljivost, poudarek je tudi na njihovi telesni samopodobi, obleki in dejavnostih v prostem času (prav tam). Analiza je pokazala, da so ženske kategorizirane vedno enako brez

napredka ali nazadovanja. Za njihove uspehe in neuspehe se vedno uporablja drugačen diskurz kot za moške (prav tam).

Čeprav je seksizem vse slabše sprejet v javnem diskurzu, še vedno obstajajo športni novinarji, ki uporabljajo samo moško govorico, kot da so v privatnih klubih za moške (Eastman in drugi 2000). Nič boljše ni v primerih zares vrhunskih športnic, kot so (bile) Gabrielle Reece, Ana Kurnikova, Katarina Witt in Jan Stephenson, toda mediji so se pogostokrat osredotočali na njihov zunanji videz (Knight in Giuliano 2001). Ali pa primer teniške zvezdnice Venus Williams, ki so jo v oddaji SportsCenter primerjali s Petom Samprasom, kar naj bi bila zanjo pohvala (Eastman in drugi 2000). V britanskih časopisih je Jonathan Edwards pogostokrat predstavljen kot idol Fione May in Inesse Kravat, ki sta skakalki v daljino in troskoka (George in ostali 2001). Bolj kot njun sedanji uspeh je tako v ospredju nekdanji moški skakalec. Toda sposobnost atleta je tisto, kar bi se moralo v medijih ocenjevati ne glede na spol. Spol nikoli ne bi smel vplivati na to, kako bo določen novinarski prispevek ustvarjen (prav tam). V resnici je tudi marsikatera ženska boljša športnica kot moški. Nekatere ženske so tudi večje in močnejše kot nekateri moški (Duncan in Messner 1998).

Spolna diskriminacija se odraža tudi v naslavljanju ekip – kadar se v medijih pojavi besedna zveza »košarkarska reprezentanca«, se sklepa, da gre za moško zasedbo (Crolley in Teso 2007). Kadar se piše o ženskah, pa se skoraj vedno zapiše tudi »ženska košarkarska reprezentanca« (prav tam). Eden od problemov je, da se komentatorji in novinarji pogostokrat ne zavedajo, da se v njihovem poročanju skriva rasizem in seksizem (Eastman in Billings 2001). Tega ne počnejo namerno, ampak posredno in s tem isti obrazec obnašanja prenašajo na mlajše generacije (prav tam).

Opazne so bile tudi drugačne prakse, denimo rokomet se v nekaterih državah, kot so Norveška, Danska in Romunija, smatra tudi kot ženski šport, zato ima vlogo graditelja narodne zavesti (Von der Lippe 2002). Še posebno se to dogaja v zadnjih dvajsetih letih, ko ženski šport dobiva vse več pozornosti (prav tam). Predvsem v Združenih državah Amerike so uspeli več pozornosti nameniti ženskemu nogometu, teniškima igralkama Venus in Sereni Williams in profesionalni ženski košarkarski ligi (Benet-Weiser 2004). Uspešne ženske v športu se lahko v medijih predstavi tudi kot močne in agresivne osebe, ki solze potočijo samo zaradi sreče ob zmagah. V takšnih primerih se čustva v medijih hitro prilagajajo potrebam. Tako se pojavijo ženske, ki niso krhke in šibke, ampak močne z željo po igranju (prav tam).

Od žensk v športu se velikokrat pričakuje kvalitete moških športnikov, a hkrati se od njih največkrat zahteva tudi ženstvenost (Christopherson in ostali 2002). Druga kontradiktornost prikazuje karakterne stereotipe. Gre za stoletno nasprotje, ko se od žensk pričakuje, da so Device Marije, a na drugi strani prostitutke. Ženske so tako s strani medijev postavljene v dve različni kategoriji. Določene ženske se tako predstavlja kot matere, ki vsem razdajajo svojo ljubezen, spet druge se prikazuje kot spolni objekt, ki išče partnerja. In oba primera prideta v veljavo, ko se mediji ne posvečajo športnim rezultatom žensk. Ter kot tretje – ženske se že od nekdaj uči, da morajo biti ozaveščene, a da so hkrati zatirane. Mediji tako enkrat pišejo pozitivno, kako se morajo ženske povezati in upreti moški prevladi in zagovarjajo enakost med spoloma, nato pa najdemo cel kup negativnih prispevkov, ki potrjujejo neenakost. Kljub temu je čim večja pojavnost žensk v športu pozitivna, ki na dolgi rok zagotovo zmanjšuje spolno neenakost in prekriva spolne stereotipe (prav tam).

Ženske dobivajo predvsem manj pozornosti med tednom (Messner in ostali 2003). Včasih celo sploh niso omenjene. Situacija se izboljša ob koncih tedna, ko je več športnih oddaj, športna poročila pa so daljša. Toda tudi takrat se ženske v športu največkrat pojavijo kot marginalni dejavniki in bolj za zabavo. Gre skorajda za psevdosport (prav tam). Kakšno vlogo naj bi imele ženske na športnih prireditvah, se kaže tudi v tem, da več, kot je lepih deklet, bolj prestižen je dogodek (Kennedy 2000). Televizijska kamera jih kaže, kako stojijo ob športnem terenu. Največkrat so v prvih vrstah in celo med spremljevalnim osebjem športnika ali športne ekipe. Pogostokrat na dirkah držijo plakate, na katerih so imena in številke dirkačev. Ravno na motociklističnih dirkah so ženske skupaj z jahtami in šampanjcem del prestiža (prav tam). Prav na te ženske ob tekmovališčih se osredotočijo komentatorji, kadar ženske na tekmovališču ne ponujajo več dovolj materiala za zbijanje seksističnih šal (Messner in ostali 2003). Tako so v ZDA pogoste opazke o dekletih v bikinijih, ki so ob igriščih, ali pa o ženskah na tribunah. Enako velja za ženske, ki so del avtomobilističnih dirk. »Ali bo sedaj sploh lahko hitro dirkal, ker je gledal lepa dekleta,« se je spraševal eden od komentatorjev na KABC v ZDA, njegov sokomentator pa je dodal: »Seveda, da bo. Zakaj sploh dirkaš hitro? Zato, da dobiš lepa dekleta (prav tam).«

3.3 Razlogi za diskriminacijo po spolu

3.3.1 Poročanje o športu je domena moških

Mednarodne raziskave kažejo, da je športno novinarstvo še vedno v veliki domeni zelo moški svet (Knoppers in Elling 2004). Denimo v ZDA je celo 96,5 odstotka moških med televizijskimi športnimi komentatorji (Messner in ostali 2003). Športno novinarstvo torej ni spolno diskriminirano le po vsebini, temveč tudi v procesu, ki proizvaja te vsebine. Zelo malo pozornosti s strani raziskovalcev je namenjeno postopkom izbire, ali se bo pisalo o moškem ali ženskem športu (prav tam). Raziskava, ki jo je opravilo Združenje športnih tiskanih uredništev (APSE), je pokazala, da je med zaposlenimi na športnih uredništvih tiskanih medijev zgolj 9,2–18,5 odstotka žensk (Edward 2007). Med razlogi, zakaj se v novinarskih prispevkih o športu več piše o moških kot o ženskah, je tudi to, da produkcijo novinarskih prispevkov o športu diktirajo moški (Christians in ostali 2005; Von der Lippe 2008). S tem smo dobili družbo moških, ki govorijo o moških v športu. Ženske so v športnih novinarskih prispevkih skoraj nevidne, saj so uredniki v večini primerov moški v srednjih letih, njihov najljubši šport pa je nogomet. Moški so tudi tisti, ki določajo, kaj bo kdo poročal v medijih o športu. Oni so tudi tisti, ki določajo, kaj je vredno objaviti v medijih (prav tam, Theberge in Cronk 1986; Crolley in Teso 2007).

Hkrati je v primerjavi z ženskami tudi precej bolj verjetno, da je športni navijač moški (Cooper in Tang 2012). Moški se bolj čustveno vpletejo v športno dogajanje in preživijo več časa med spremljanjem športa kot ženske (prav tam). V raziskavi v ameriških mestih Los Angeles in Indianapolis je 50,9 odstotka moških dejalo, da zelo zainteresirano gledajo šport na televiziji, takšnih žensk je bilo 23,7 odstotka (Ganz 1991). Moški tudi raje gledajo športe, kjer nastopajo moški, kot so nogomet, hokej in bejzbol, medtem ko ženske najraje spremljajo tenis, gimnastiko in umetnostno drsanje (Cooper in Tang 2012). Moški gledajo športe, ker jih zanima, ženske pa predvsem zato, ker ga gledajo njihove družine in prijatelji (prav tam).

Krivda leži tudi pri sociologih, ki preučujejo vzroke in posledice razrednih in rasnih neenakosti v športu, vendar le redko vključijo enakost spolov v svojo analizo, razen kadar razpravljajo o ženskah v športu (Messner 1989). V analizah, zakaj prihaja do razrednih in rasnih neenakosti, se vedno predpostavlja, da gre za moške, le redko za ženske. Raziskave, v katerih so vpletene tudi ženske, so pokazale, da organizirani šport daje sredstva za izboljšanje

stanja moških, kar pa ni na voljo tudi mladim ženskam. Moški namreč želijo v športu dokazati predvsem svojo superiornost med moškimi in ne nad ženskami (prav tam).

Kljub temu obstajajo tudi športne novinarke, ki večkrat poudarijo, da ne čutijo dovolj spoštovanja od svojih moških kolegov in od javnosti (Miloch in ostali 2005). Čutijo, da se morajo pri svojem delu dokazovati bolj kot moški, hkrati se od njih pričakuje, da bodo poročale o ženskih športnicah, ali pa pisale trivialne zgodbe o športu (prav tam). Hardin in Shain (2005) sta ob tem odkrila, da se 58 odstotkov športnih novinarok ne strinja, ali pa zelo ne strinja, s trditvijo: »Če bi več žensk delalo v športnem novinarstvu, bi se o ženskem športu več poročalo.« Raziskava 43 največjih časopisov na Floridi je odkrila, da novinarke v športu niso posvečale nič več pozornosti ženskemu športu kot moškemu (prav tam).

3.3.2 V športu je manj žensk kot moških

Problem je tudi v tem, da je manj športnic kot športnikov, a dokler ne bo več športnic, ki bi lahko predstavljale vzor, se mlada dekleta ne bodo množično odločala za šport (Rintala in Birrell 1984). Gre za začaran krog. Mlada dekleta se za šport ne bodo odločala, dokler ne bodo videle, da so ženske v športu pomembne in spoštovane. Toda če se ta mlada dekleta ne bodo odločala za šport, kdo bo potem predstavljal vzor v prihodnosti? Množični mediji, to so televizija, radio, knjige, časopisi, filmi in revije, rutinsko razširijo socialna obzorja svojega občinstva. Imajo potencial distribuirati informacije in fotografije o različnih družbenih pojavih, med drugim tudi o športu. S tem občinstvu zagotavljajo prisotnost vzornikov, ki drugače med ljudmi brez medijev ne bi bili prisotni (prav tam). Problem je še v tem, da imajo moški tudi dvakrat več tekmovalj kot ženske (Daddario 1994).

Kljub temu je neizbežno, da je v športu vse več žensk (Eastman in drugi 2000). Obstajajo določeni dnevi in tedni, v katerih imajo ženski dogodki (v tenisu, golfu, košarki) več pozornosti kot moški. Vseeno novinarji več poročajo o moških, kar je razlog v tem, da imajo nekateri novinarji več desetletij izkušnje zgolj z moškimi v njihovih športih, ki jih pokrivajo. Tako poznajo več ozadij, zanimivosti in statistik o športnikih kot o športnicah. Vsak pa največ poroča o tistem, o čemer ve največ (prav tam).

3.3.3 Medijska želja po dobičku

Ne glede katera država je bila analizirana, rezultati so vedno pokazali, da je ženskega športa v medijih manj kot moškega, in da je ženski šport za urednike manj novičarsko vreden kot moški (Van Sterkenburg in Knoppers 2004). Športni novinarji večjo pozornost moškemu športu opravičujejo z »objektivnostjo«, da so dosežki moških boljši kot dosežki žensk, iz tega pa izhaja, da so tudi bolj »zanimivi« (Knoppers in Elling 2004). Novinarjem se zdi samoumevno, da morajo več pozornosti nameniti moškim. Posledično uporabljajo v svojih prispevkih tudi takšen diskurz, ki nakazuje na »objektivnost« in »zanimivost«, s čimer je moški šport nad ženskim. Izključitev ženskega športa postane del vsakdana novinarjev, ki trdijo, da na šport gledajo kot celoto ne glede na spol. Uporabljanje kriterija »zanimivosti« je najpogostejši argument, zakaj se več poroča o moških kot o ženskah, toda ali ni tako tudi zato, ker imajo bralci preprosto na izbiro pretežno novice o moških športnikih? Bralci imajo zelo malo izbire, ali bodo brali o moških ali ženskah. Ženskega športna ne morejo spremljati, tudi če ga hočejo. Športnih revij, ki bi se posvečale zgolj ženskam športnicam, praktično ni. Poročanje o športu kaže predvsem to, kaj si moški mislijo o ženskah kot pa obratno. Debata o kratkih krilih pri ženskih teniških igralkah je najlepši dokaz (prav tam). Jasno pa je, da javnost zanima tisto, kar jim mediji ponujajo, gre za sistem agenda-setting (Zhang in Cameron 2003).

Da mediji posvečajo več pozornosti temu, kako so športnice oblečene kot pa njihovim dosežkom, se zavedajo tudi odgovorni (Bishop 2003). Kljub temu televizijski producenti trdijo, da njihovo pretežno moško občinstvo ni zainteresirano za ženski športi. Producenti pravijo, da svojemu občinstvu dajo, kar hoče (prav tam). Iskanje dobička v medijih tako ne vpliva dobro na poročanje o ženskah v športu (Von der Lippe 2008). Dokler so bili mediji povezani s političnimi strankami, je bila zahteva po delanju dobička manjša. Od kar so mediji postali svobodni, pa so veliko bolj odvisni od oglaševanja in branosti. Novinarstvo je s tem izgubilo precej avtonomije, saj je neposredno povezano s financami, hkrati mora zadovoljevati interese delničarjev (prav tam). Tako je nastala tipična razlaga, da se več medijske proizvodnje, denarja in znanja namenja moškim, ker uredniki in založniki predvidevajo, da športno občinstvo sestavljajo predvsem moški, ki si želijo gledati samo športnike (Duncan in Messner 1998). Novinarji so prepričani, da objavljajo to, kar javnost zanima, dominantna psihologija v medijih pa je, da morajo objavljati tisto, za kar vlada največji interes publike (Theberge in Cronk 1986).

V reviji *Young Athlete* so se športnice v 80. letih na naslovnici pojavijo v samo 19 odstotkih (Rintala in Birrel 1984). Urednik Dan Zadra je dejal, da so imeli med bralci približno 40 odstotkov žensk, v analizah branja pa so ugotovili, da so športnice na naslovnicaah manj privlačne za bralce, v kolikor niso pomanjkljivo oblečene. Ko je na naslovnicaah športnik, revijo kupijo tako moški kot ženske, ko so na naslovnici športnice pa predvsem moški kupijo manj izvodov (prav tam). Nič drugače ni tri desetletja kasneje, ko *Sports Illustrated* na naslovnico pogostokrat postavi žensko oblečeno le v kopalke, s čimer je v prvi vrsti odgovoren svojemu trgu, lastnikom in oglaševalcem (Sabo in Jansen 1998). Revijo namreč kupijo potrošniki in ne feministi, ki se nad tem pritožujejo. Če ženska s kopalkami ne bi privabljalala bralcev in oglaševalcev, potem ne bi bila na naslovnici (prav tam). Glavni cilj marketinga je čim večji dobiček, pri čemer ni tržno usmerjeno novinarstvo nobena izjema (Zhang in Cameron 2003).

Toda moški v športu nimajo samo večjega interesa publike, ampak tudi športnih organizacij (Theberge in Cronk 1986). Te so pri moških športnikih in klubih bolj organizirani kot pri ženskah, zato ponujajo novinarjem več informacij iz zakulisja. Prav tako imajo športni novinarji več osebnih stikov z ljudmi iz športa moških, zato imajo novinarji posledično več informacij o moških športnikih. Številne profesionalne lige, društva in klubi ponujajo bistveno več informacij o moških. Številni manjši in lokalni mediji so odvisni od informacij, ki jih dobijo od tiskovnih agencij, ki pa so še en vir, kjer prevladujejo novice o moških v športu. Razlog znova tiči v tem, da tiskovne agencije dobijo več novic in informacij od klubov in zvez, ki podpirajo moške. Največja ovira pri prodiranju športnic v medije se ne kriva v večji ozaveščenosti novinarjev, ampak predvsem v športnih inštitucijah, kot so zveze, društva in klubi, ki so bolj organizirani pri moških kot pri ženskah v športu. S tem je povezano, da medijem posredujejo več informacij (prav tam).

3.4 Posebnost so olimpijske igre

Izjema pri medijski pokritosti med spoloma je čas velikih športnih dogodkov, kot so olimpijske igre, saj ženske dobijo več pozornosti v medijih ali skoraj enako kot moški (Urquhart in Crossman 1999). Razlike so tedaj bistveno manjše kot sicer, a kljub temu se športnice še vedno pojavljajo v krajših člankih kot moški (prav tam). Včasih se razlike v spolni pokritosti odražajo zaradi razlik v številu športnikov (Crolley in Teso 2007). Denimo,

če je v posamezni olimpijski reprezentanci več žensk kot moških, bo zato tudi več novinarskih prispevkov v tej isti državi o ženskah (prav tam).

Omenjene trditve potrjujejo tudi številne raziskave. Študije so tako pokazale, da je v reviji Sports Illustrated namenjenih zgolj devet odstotkov ženskam, kadar ni olimpijskih iger, v oddaji Sports Center na televizijski postaji ESPN pa zgolj dva odstotka (Lumpkin in Williams 1991; Adams in Tuggle, 2004). V času olimpijskih iger v Pekingu se je to razmerje spremenilo, saj so ameriški mediji ženskemu športu namenili 45 odstotkov medijskega prostora (Billings in ostali 2010). Higgs in Weiller (1994) sta analizirala poročanje televizijske postaje NBC v času olimpijskih iger 1992 v Barceloni. Najprej sta se osredotočila na športe, v katerih so nastopali tako moški kot ženske. Ugotovila sta, da je bilo 44 odstotkov medijskega prostora namenjenih ženskam in 56 odstotkov moškim. Ženske so imele največji odstotek pokritosti (60-84 odstotkov) v športih, kot so gimnastika, kolesarstvo, tenis in veslanje. Moški so imeli največjo pokritost (63-81 odstotkov) pri košarki, odbojki, mnogoboju in kajaku ter kanuju (prav tam). NBC se je leta 1996 za olimpijske igre v Atlanti zavzel, da bi v živo predvajali približno enako dogodkov žensk in moških (Eastman in Billings 2001). Kljub temu so se ženske v času olimpijskih iger (1994, 1996, 1998) trikrat več kot moški pojavile predvsem v opisih, kakšen je njihov izraz na obrazu in kakšen je njihov zunanji videz (Eastman in Billings 1999).

Eden od motivov medijev, zakaj v času olimpijskih iger posvečajo več pozornosti ženskam, je, da pritegnejo k spremljanju športa čim več ženskega občinstva (Eastman in Billings 2001). Študije so pokazale, da so moški in ženske porabili približno enako časa za spremljanje olimpijskih iger, kar se je v Združenih državah Amerike potrdilo v času olimpijskih iger v Pekingu leta 2008 (Cooper in Tang 2012). Razlog, zakaj ženske v času olimpijskih iger bolj spremljajo šport, tiči v narodni pripadnosti in nacionalni zavesti, hkrati ženske rade spremljajo prepričljive zgodbe in resničnostne drame, ki jih je v času olimpijskih iger precej. Denimo zgodba o Michaelu Phelps, ki je v Pekingu osvojil osem zlatih kolajn (prav tam).

Pogled v zgodovino sicer razkriva, da ženske na prvih olimpijskih igrah leta 1896 niso nastopile (Kovalchik 2012). Prve ženske so na olimpijskih igrah nastopile leta 1900. Žensk je bilo nato vedno več, toda še nobene olimpijske igre niso imele enakega števila moških in žensk (prav tam). Na olimpijskih igrah leta 2012 je bil boks zadnji šport, kjer so se moškim pridružile tudi ženske (Lindner 2012). Kljub temu še vedno ostajata športa, sinhronizirano

plavanje in ritmična gimnastika, v katerih nastopa en spol, saj tekmujejo zgolj ženske. Razlog je v tem, da oba športa zahtevata tudi posebne pričeske in ličenje (prav tam).

Število žensk se na vsakih novih olimpijskih igrah povečuje. Največ jih je bilo na zadnjih poletnih igrah leta 2012 v Londonu, ko je bilo 4.676 žensk, ali 44,2 odstotka vseh tekmovalcev na igrah (Women in Olympic Movement 2013). Denimo štiri leta prej je bilo 42,4 odstotka žensk, osem let prej 40,7 odstotka žensk (prav tam). Na zadnjih zimskih olimpijskih igrah leta 2014 je nastopilo 1.158 žensk in 1.708 moških, s čimer je bilo med vsemi tekmovalci 40,4 odstotka žensk. (The Sochi 2014 Olympics: A Gender Equality Audit from the Centre for Sport Policy Studies). Na prejšnjih zimskih igrah v Vancouvru je bilo žensk kanček več, zato so ženske predstavljale 40,7 odstotka vseh tekmovalcev (Women in Olympic Movement 2013). Nikoli prej ni bilo več kot 40 odstotkov žensk (prav tam).

3.5 Kakšna je povezava med športom in spolom

V medijih se športe deli na tiste, ki so primerni za ženske, v nasprotju s športi, ki so primerni za moške (Kennedy 2000). Analize so pokazale, da ženske dobijo pozornost predvsem v prispevkih o individualnih športih, kot so gimnastika, plavanje in tenis, ki naj bi bili primerni za ženske (Klein 1988; Lee 1992; Sabo in Jansen 1998; Urquhart in Crossman 1999). Za ženske športe se zraven smatra še potapljanje, umetnostno drsanje, smučanje in atletiko. Ženske imajo bolj enakopravno pokritost v športih, ki se jih smatra za ženske (Crossman in ostali 2007). Ženske se hkrati na fotografijah v medijih pojavijo v bolj estetskih dejavnostih, medtem ko moški na fotografijah predvsem demonstrirajo moč, zato ženske prevladujejo v estetskih športih (64 odstotkov), moški pa v tveganih športih (81 odstotkov) in vzdržljivostnih športih (89 odstotkov) (Rintala in Birrell 1984). Denimo pri analizi prenosov košarkarskih tekem ameriške študentske lige sta dve tretjini prenosov predstavljale tekme moških in ena tretjina žensk (Eastman in Billings 2001). Podobno velja za nogomet, ki je v številnih delih sveta, vključno z Evropo, Južno Ameriko in Afriko, zelo spolno opredeljen šport, predvsem ima močne povezave z moško identiteto (Mean 2001). Poleg nogometa, ki je najbolj diskriminiran šport, med takšne športe spadajo še kriket, rugby, snoker, košarka, ameriški nogomet, dviganje uteži, rokoborba, kolesarstvo in smučarski skoki (George in drugi 2001). V teoriji za spolno najbolj enakopraven šport velja tenis (Topič 2004). Ta športna panoga je bila ena prvih, kjer so ženskam dovolili tekmovati. In prav te tekmovalke so postale glavne junakinje, ki so razbijale tabuje in spreminjale norme (prav tam).

Toda na drugi strani so John Vincent, Charles Imwold, Vandra Masemann in James T. Johnson leta 2002 v analizi ugotovili, da ženske znotraj svojega spola dobijo približno enako pokritost ne glede na šport. Razlik v številu člankov, velikosti člankov, fotografij, postavitvi in velikosti naslovov pri pokrivanju športnic v resnih dnevnih časopisih in tabloidnih časopisih ni. Ženske so v vseh časopisih približno enako zastopane (prav tam). Kljub temu je ista študija pokazala, da je v tabloidnih časopisih opazno več stereotipov. Prav tako je pogost pojav, da se trivializira nastope žensk v športih, kot sta gimnastika in odbojka na mivki. Zelo pogosti so izrazi, kot je »dekleta v bikinijih« (prav tam). Izpostaviti je potrebno tudi raziskavo, ki je primerjala poročanje digitalnih medijev in časopisov in pokazala, da so ženske v športu bistveno bolj marginalizirane v digitalnih medijih, in da so časopisi lahko celo določen zgled, kako poročati bolj spolno enakovredno (Eastman in Billings 2000). V časopisu The New York Times ženskam v športu namenjajo 14 odstotkov prostora, na CNN in ESPN pa le 5 odstotkov (prav tam).

Ženske so dobile celo več pozornosti v študentskih glasilih v Kanadi (MacKay in Dallaire 2009). Moški so bili večkrat na naslovnica, toda ženske v prispevkih niso seksualizirane in zelo redko trivializirane. Študentska glasila so jih predstavljala zgolj kot atletinje. V analizi sta bila časopisa University of Ottawa's Fulcrum in La Rotonde: Journal francophone de l'Université d'Ottawa, ki sta angleško in francosko govoreča časopisa dvojezične Univerze Ottawa v Kanadi. Analiza je bila opravljena med leti 2004 in 2007. Pri tem je potrebno izpostaviti, da ženska športna moštva (239) na tej univerzi odigrajo več tekem kot moška (166). Vsi novinarji in fotografi so študentje, enako velja za ciljno publiko (prav tam).

4 ŠPORT IN MEDIJI

4.1 Uredniška funkcija

Sredstva produkcije in javno difuzijo informacij imajo v rokah novinarji, predvsem pa njihovi uredniki, ki zato zasedajo privilegiran položaj (Bourdieu 2001). Uredniki morajo izbirati med vestmi, ki imajo ali nimajo novičarsko vrednost, kar prilagajajo tudi občinstvu (Knoppers in Elling 2004). Športni urednik koordinira delo športnega deska (Andrews 2005). Urednik je odgovoren za izbiro dogodkov, ki jih bodo pokrivali športni novinarji in samostojni novinarji, ki sodelujejo z medijem. Urednik razdeli naloge med novinarji, izbere material, ki ga bo uporabil iz tiskovnih agencij, dodeli pomembnost določenemu dogodku in razporedi, kje bo

kakšen prispevek objavljen na časopisni strani, vse pa mora narediti znotraj proračuna (prav tam). Hkrati uredniki v redakciji preživijo več časa kot novinarji (Pape in Featherstone 2005). Uredniki tudi oblikujejo cilje in koncepte, ki jih uredništvo in posamezni novinarji uresničujejo pri vsakdanjem delu (Erjavec 1999).

Ključna stvar urednika je, da ima dnevnik (Andrews 2005). V nasprotju s splošnim prepričanjem se le redke stvari v svetu športa zgodijo naključno. Večino se lahko skrbno načrtuje. Zgodbe, ki se zgodijo slučajno, so recimo, ko športnik umre v prometni nesreči, ali ko športnik pade na dopinškem testu. Čeprav je športni urednik na koncu odgovoren za vsebino športnih strani, razdelitev dela v praksi poteka bistveno bolj demokratično. Tako imajo pogostokrat ključno besedo novinarji, ki so specialisti za posamezno področje in najboljše vedo, koliko pozornosti si zasluži posamezen športni dogodek. Takšni pogovori pogostokrat potekajo na neformalni ravni. Novinarji naj bi prav tako pripravljali svoje urnike in urednikom vnaprej predlagali, kateri dogodki si zaslužijo več pozornosti in kateri manj. Pomembno področje planiranja je tudi, da so časopisne strani polne v t.i. tihih dnevih, ko je malo ali celo ni športnih dogodkov (prav tam).

V tiskanih medijih posamezno novinarsko besedilo športnega novinarja pred objavo prebere več ljudi (Smith 1976). Največkrat določeno besedilo na koncu ni objavljeno, če je preveč žaljivo. Posege v novinarski prispevek največkrat naredi urednik športne redakcije, ali pa urednik deska, kjer se ponekod imenuje tudi nočno uredništvo. Včasih ima poseben interes, da se nek prispevek zagotovo objavi ali zavrne tudi odgovorni urednik zaradi zunanjih pritiskov, kot je interes oglaševalcev. Dejstvo je, da se v prispevke športnih novinarjev v tiskanih medijih največkrat posega zaradi prostorskih omejitev v časopisnih stolpcih (prav tam). Poleg vsebinskih posegov se urednik največkrat odloča tudi o zunanji podobi novinarskega prispevka, s čimer dobi napisano še dodaten pomen (Sheridan Burns 2002). Pri tem je pomemben marketinški vidik, saj oglasi na časopisni strani vplivajo na postavitev novinarskih prispevkov (prav tam).

Čeprav ima urednik glavno odgovornost, kaj bo objavljeno in kaj ne, ne obstaja nobena knjiga pravil, v kateri bi z gotovostjo pisalo, kaj bralce v določenem trenutku najbolj zanima (Sheridan Burns 2002). Urednik mora tako ves čas spremljati, kakšen je odziv javnosti, toda tudi podrobne raziskave trge niso vedno in povsem pravi pokazatelj, saj se potrebe in interesi javnosti spreminjajo skoraj iz dneva v dan in od zgodbe do zgodbe. Odločitve urednikov so

posledično pogosto subjektivne in določene na podlagi osebnih izkušenj. Pri tem mora urednik upoštevati, da javnost pričakuje kombinacijo resnih, lahkotnejših in zabavnejših informacij. Obstaja namreč profesionalna percepcija, da imajo ljudje včasih celo raje neko zabavno informacijo, čeprav ni povsem informacijsko koristna (prav tam). Zahteva po upoštevanju ciljne skupine ni nova (Erjavec 1999). Vsak, ki se je vsaj nekajkrat udeležil sestanka uredništva, pozna stavek, ki je povzročil mnogo konfliktov: »To si bralci želijo.« Dolgo časa je sklicevanje na želje občinstva temeljilo le na intuiciji in ne dejanskem poznavanju in razumevanju ciljnih skupin (prav tam).

4.2 Novinarska funkcija

Ključni postopki novinarskega dela so izbira teme, preiskovanje, oblikovanje in posredovanje informacij (Erjavec 1999). Novinar si mora ob vsaki sprejeti informaciji zastaviti vprašanje o njeni pomembnosti, interesih javnosti, vplivih na mnenje javnosti itd. (prav tam). V klasičnem pojmovanju novinarskega sporočanja procesa je novinar tisti, ki (i)zbira, sprašuje, obdeluje, spreminja, upoveduje ..., se odloča in ima nadzor (Poler Kovačič 2004). Novinarji so v središču javnega življenja (Topič 2010). Ves čas so pod budnim očesom javnosti – nimajo tajne govorice, čudežnih naprav, ogledal in obredov, ki bi jih ščitili pred javnostjo. Zato imajo dober razlog, da sledijo javnosti všečnim moralnim normam, ki jih ščitijo pred kritiko, zadregami ali tožbami. Kot osrednje vodilo novinarjevega dela se v javnosti najpogosteje omenja objektivnost, vendar medijski strokovnjaki in teoretiki soglašajo, da novinarjeve objektivnosti zaradi – objektivnih in subjektivnih razlogov (kot so novinarjevo omejeno vedenje in vpletenost v dogajanje kot člana družbe) v resnici sploh ni možno doseči (prav tam).

Dnevi, ko so športni novinarji opravljali »dolžnost« navijača za domače moštvo, so nepreklicno minili, saj je današnji športni novinar resen, kritičen in temeljit (Topič 2010). Po končanem športnem dogodku se mora novinar, ki piše za časopis, odločiti, kako bo bralcem predstavil dogodek; kaj bo vključil npr. v poročilo in kaj ne, kaj bo poudaril in česa ne. To lahko prepoznamo pod pojmom uokvirjanje (prav tam). Poročanje iz športnih dogodkov je ena ključnih nalog športnega novinarja (Beck in Bosshart 2003). Gre za široko paleto dejavnosti, od predogledov, sestavljanja zgodbe, do poročila o dogajanju. Takšno delo zahteva sposobnost, hitro in natančno pisanje, vse poteka v naprej predpisanih prostorskih okvirjih. Toda čeprav se od športnih novinarjev pričakuje, da se bodo obnašali enako kot

drugi novinarji, obstajajo situacije, ko nevtralnost ni nujno potrebna. Bralci lokalnih časopisov namreč podpirajo lokalne ekipe in športnike, zato pričakujejo, da se bodo njihova čustva odražala tudi v lokalnih časopisih. Enako velja za nacionalne časopise in medije pri nacionalnih moštvih na mednarodnih tekmovanjih (prav tam). Kljub temu morajo športni novinarji vedno skrbeti, da ne žalijo čustev drugih, zato se morajo izogibati seksizma, rasizma in besed, ki bi lahko užalile invalide (Andrews 2005). Toda športni novinar redko napiše le suhoparno poročilo o tekmi, ki zajema samo potek in rezultat tekme, temveč poda tudi svoj komentar, s čimer oceni dogajanje na igrišču (Topič 2010). Problem nastane, ko so novinarjeva pričakovanja višja, kot jih je dosegel športnik oziroma ekipa in je njegov komentar nabit s čustvi razočaranja. Dejstvo je, da novinar lahko vpliva na občinstvo ali bralstvo (prav tam).

S pojavom modernih tehnologij in še prej televizije, se je vloga časopisnih novinarjev spremenila, kar še posebno velja za športne novinarje (Andrews 2005). Televizija, radio in internet lahko o končnem rezultatu in dogajanju na igrišču poročajo bistveno hitreje kot časopis, a kljub temu časopisno novinarstvo ni izgubilo svoje vloge. Kajti televizija in radio poročata več ali manj le o aktualnem dogajanju, zato jima zmanjkuje časa za poročanje o zakulisju. Prav to je vloga časopisnih novinarjev – da naredijo analize, komentarje in reportaže iz ozadja, garderob, treningov ... Za časopis ni več pomembno, kaj se je zgodilo in kdo je kaj naredil, ampak zakaj se je nekaj dogodilo. S tem je časopisno novinarstvo postalo bolj zahtevno (prav tam). Kljub vsemu občinstvo vedno zanima predvsem dobra zgodba (Sheridan Burns 2002). Vsi novinarji vedno delajo za javnost. Obstajajo zato, da ljudje uporabijo novico, ki so jo posredovali (prav tam).

4.3 Raziskovalna vprašanja

OSNOVNI RAZISKOVALNI PROBLEM: Ker na področju spolne diskriminacije v novinarskih prispevkih v rubriki šport v slovenskih dnevnikih še ni bilo opravljene raziskave, sem nastalo vrzel skušal zapolniti s tem magistrskim delom, zato sem postavil raziskovalni problem (RP): *Kateri spol prevladuje v novinarskih prispevkih v rubriki šport v slovenskih dnevnikih Delo, Dnevnik in Ekipa?*

RAZISKOVALNO VPRAŠANJE 1: Ker na področju raziskovanja spolnega diskurza v novinarskih prispevkih v rubriki šport v slovenskih dnevnikih še ni bilo opravljene

raziskave, sem nastalo vrzel skušal zapolniti s tem magistrskim delom, zato sem postavil naslednje raziskovalno vprašanje (RV1): *Kakšen je diskurz poročanja o ženskah in moških v novinarskih prispevkih v rubriki šport v slovenskih dnevnikih Delo, Dnevnik in Ekipa?*

RAZISKOVALNO VPRAŠANJE 2: Ker v Sloveniji še ni bila opravljena raziskava, kdo odloča o izbiri spola v novinarskih prispevkih v rubriki šport v slovenskih dnevnikih časopisih, sem nastalo vrzel skušal zapolniti s tem magistrskim delom, zato sem postavil naslednje raziskovalno vprašanje (RV2): *Kdo so ključni odločevalci, kateri novinarski prispevki o ženskah in moških bodo objavljeni v rubriki šport v slovenskih dnevnikih Delo, Dnevnik in Ekipa?*

4.4 Metodologija

4.4.1 Vloga časopisov

V magistrskem delu sem analiziral spolno diskriminacijo v rubriki šport v slovenskih dnevnikih časopisih Delo, Dnevnik in Ekipa, saj naj bi imeli najbolj poglobljene novinarske prispevke ravno časopisi (Martin in Copeland 2003). Med slovenske kvalitetne časopise spadata Delo in Dnevnik (Poler Kovačič in drugi 2011), v katerih sem opravil raziskavo, zraven pa sem analiziral tudi vse prispevke v edinem slovenskem športnem časopisu Ekipa. Analizo sem opravil na podlagi časovnega obdobja prvih šestih mesecev za leto 2014.

Kvalitetne dnevne časopise sicer spoznamo tudi po velikosti, saj so približno dvakrat večji kot tabloidni časopisi (Andrews 2005). Razlog se skriva v tem, da imajo kvalitetni časopisi daljše zgodbe z več grafij, pisni izdelki imajo bolj zapleteno slovnico in besedišče. Kljub temu so tudi kvalitetni časopisi povzeli tabloidni format, denimo The Independent v Veliki Britaniji je leta 2003 svoj časopis začel ponujati v velikem in v tabloidnem formatu (prav tam). Največji nacionalni časopisi imajo največjo cirkulacijo med ljudmi in imajo bolj konservativen in resen odnos do poročanja in objavljanja novic v primerjavi s tabloidi (Crossman in ostali 2007). Nacionalni časopisi tudi predstavljajo model za lokalne in športne časopise in imajo pri svojem poročanju največji vpliv na javnost, kar velja tudi za sprejemanje žensk v športu (Eastman in Billings 2000). Časopisi imajo sicer omejen medijski prostor (Theberge in Cronk 1986). Objavijo lahko to, kar jim omogočajo prostorske omejitve, in toliko, kolikor imajo zaposlenih ljudi. S temi omejenimi sredstvi se mediji odločajo, kaj je za njih najbolj

pomembno. Problem časopisov je, kako izbrati primerne dogodke iz velike množice, ki bodo objavljeni (prav tam). Časopis sicer konkurira na dveh različnih, vendar povezanih trgih: oglaševalskem trgu in trgu bralcev (Erjavec 1999).

4.4.2 Kratka predstavitev časopisov

Časopis Delo se uradno imenuje Delo, časopisno in založniško podjetje d.d.o. (Vizitka 2014). Predsednica uprave je bila v času raziskave mag. Irma Gubanec, odgovorna urednica pa je bila Mateja Babič Stermecki (prav tam). Povprečna tiskana naklada Dela v obdobju januar-marec 2014 je bila 41.502, prodana pa 35.089 izvodov (Slovenska oglaševalska zbornica 2014). Število športnih strani se je gibalo med dve in štiri od torika do sobote in med pet in sedem ob ponedeljkih.

Časopis Dnevnik se uradno imenuje Dnevnik, družba medijskih vsebin, d.d. (Osebna izkaznica 2014). Predsednik uprave je bil v času raziskave Bojan Petan, odgovorna urednica pa je bila Suzana Rankov (prav tam). Povprečna tiskana naklada Dnevnika v obdobju januar-marec 2014 je bila 32.805, prodana pa 26.408 izvodov (Slovenska oglaševalska zbornica 2014). Število športnih strani se je gibalo med dve in pet od torika do sobote in med šest in sedem ob ponedeljskih.

Športni časopis Ekipa izdaja podjetje Salomon d.o.o. (Uredništvo 2014). Direktor podjetja je bil v času raziskave Gregor Repič, odgovorni urednik pa Goran Obrez (prav tam). Povprečno število strani je bilo 24 in se praktično ne spreminja. Od 13. junija 2014 se časopis imenuje Ekipa24, spremenil pa se je tudi format časopisa, ki je bil manjši. Od 12. junija 2014 se časopis imenuje EkipaSN.

4.5 Statistična analiza

Odgovore na osnovni raziskovalni problem, kateri spol prevladuje v novinarskih prispevkih v rubriki šport v slovenskih dnevnikih časopisih, sem skušal poiskati s statistično analizo. Statistika obravnava različna področja in predmete, zato lahko pride do obilice popisanih števil, ki dobijo skupno strukturo šele s statistično analizo (Cooper in Weekes 1983). Podatki v statistični analizi morajo biti zaščiteni pred subjektivnimi pričakovanji raziskovalca (Stephen in Hornby 1995). Podatki morajo biti reprezentativni za populacijo v raziskavi.

Metode zbiranja podatkov in ravni merjenja morajo biti primerne za raziskavo – na primer podatki iz kategorije moški/ženske ali uporabnik/ne-uporabnik (prav tam).

4.6 Kritična diskurzivna analiza (KDA)

Odgovore na prvo raziskovalno vprašanje, kakšen je diskurz poročanja o ženskah in moških v novinarskih prispevkih v rubriki šport v slovenskih dnevnikih, sem skušal poiskati s kritično diskurzivno analizo (KDA), ki med drugim obravnava širša družbena vprašanja in ugotavlja, kako se družbene spremembe kažejo na mikro ravni teksta in interaktivnih dogodkih (Erjavec in Poler Kovačič 2007). Ena od ključnih ugotovitev v tem magistrskem delu bo, ali je tema novinarskih prispevkov moški ali ženski šport, tema pa je tisto, kar se v tekstu pojavlja na makro ravni. Novinarji namreč obravnavajo različne družbene dogodke in situacije, ki se jih lahko poveže v tematske sklope (prav tam). Metoda KDA pa ni politično nevtralna in ne skriva svojih interesov za družbene spremembe in emancipacijo (Vezovnik 2009). Eksplicitno se postavlja na stran deprivilegiranih družbenih skupin in izpostavlja neenakost. Njen glavni cilj je odkrivati oblastna razmerja, ki se reproducirajo skozi diskurze, in pri tem promovirati nediskriminatorno rabo jezika. V skladu s tem se ukvarja npr. s seksistično in rasistično (zlo)rabo jezika (prav tam).

Kritična diskurzivna analiza je metodologija v družboslovju, katere predmet je npr. medijski tekst, medijski govor ali lingvistična družbena interakcija (Topić 2010). Ideološki vidiki uporabe jezika in relatije moči so pogosto nevidni in zgolj implicitni. Naloga kritične diskurzivne analize je, da te nejasne vidike diskurza naredi vidne. Ker se diskurzivna analiza osredotoča na jezik v medijih, je zelo uporabna za analizo časopisnih besedil (prav tam). Vsak diskurzivni dogodek je sicer sestavljen iz treh ravni (Fairclough 1995). Prva je raven teksta, v katerem sta vsebina in oblika, ki sta neločljivo povezana. Raven diskurzivne prakse je druga stopnja, ki povezuje tekst in družbeno prakso. Analiza diskurzivne prakse razlaga, kako udeleženci v praksi razlagajo in proizvajajo tekste, vključuje pa tudi odnose enega diskurza z drugimi diskurzi. Tretja raven analize je družbena praksa. Gre za obravnavo povezav med različnimi deli družbe, kar so različne situacije, institucionalni konteksti in širši družbeni konteksti. S poudarkom na različnih elementih besedišča, slovnice in skladnje analitiki postavljajo vprašanja o tem, kakšne formulacije uporabljajo govorniki pred svojo publiko, kaj vključujejo in kaj izključujejo, in kako nas vabijo, da razumemo dogodke, posameznike, skupine in identitete (prav tam).

KDA ima tudi jasne politične cilje, v našem primeru je to na primer sprememba diskriminacijske politike do marginalnih družbenih skupin, saj diskurz razume kot osnovno sredstvo, s katerim so ljudje konstituirani kot posamezniki in kot družbeni subjekti (Erjavec in Poler Kovačič 2007).

4.6.1 Model kritične diskurzivne analize

Za potrebe magistrskega dela sem uporabil model kritične diskurzivne analize, kot so ga v preteklosti uporabili že Wensing in Bruce 2003, Donnelly in ostali 2008, Duncan 1990, Daddario 1994, Higgs in Weiller 1994.

Tabela 4.1: Model kritične diskurzivne analize

| Diskurzivna strategija | Opis |
|------------------------------------|--|
| Spolno označevanje | Navajanje spola žensk in ženskih ekip, brez da se to počne tudi za moške. Ženski šport ni toliko vreden kot moški. |
| Vzpostavitev heteroseksualnosti | Predstavljanje žensk in moških kot objekt heteroseksualne privlačnosti. Označuje se jih kot mame/žene/spremljevalke. |
| Poudarjanje ženskih stereotipov | Omenjanje fizičnih in čustvenih značilnosti, ki naj bi bile tipično ženske (majhno, šibko, nežno, psihično nestabilno ...) |
| Pomanjševanje žensk | Naslavljanje žensk, da so dekleta, ali po imenu namesto po priimku, kadar se enak postopek ne uporabi pri moških. |
| Vidiki, ki niso povezani s športom | Omenjanje družinskih razmerij športnic in njihovo zasebno življenje. |

| | |
|-----------------------|--|
| Primerjanje z moškimi | Primerjanje ženskih uspehov in neuspehov z moškimi uspehi in neuspehi. |
|-----------------------|--|

Vir: Wensing in Bruce (2003); Donnelly in ostali (2008); Duncan (1990); Daddario (1994); Higgs in Weiller (1994).

4.7 Poglobljeni intervjuji

Odgovore na drugo raziskovalno vprašanje, kdo so ključni odločevalci, kateri novinarski prispevki o ženskah in moških so objavljeni v rubriki šport v slovenskih dnevnikih časopisih, sem poskušal poiskati z izvedbo poglobljenih intervjujev z uredniki in novinarji, ki ustvarjajo novinarske prispevke o športu v slovenskih dnevnikih časopisih. Poglobljen intervju je metoda, pri kateri gre za vrsto pogovora s posebnim namenom (Iorio 2004). Prednost te metode je, da zagotavlja nefiltrirane informacije ključnih ljudi, kar ponuja zgodnje prepoznavanje skupnih vprašanj in problemov (prav tam).

Časopisni ali pisni intervju se od radijskega in televizijskega loči po tem, da dogodka, ki je pogovor med spraševalcem in odgovarjalcem, ne posreduje v živo, temveč poroča o konstruiranem retoričnem dogodku (Košir in Čepič 2004). Intervju je žanr pogovorne vrste informativne zvrsti, ki (s)poroča dialog med vpraševalcem in odgovarjalcem z dominantno funkcijo predstavitve za naslovnika zanimive osebe, ker ta osebe poseduje relevantne informacije, vedenje in znanja (prav tam). Intervju je tudi izmenjava informacij med novinarjem in virom informacij (Erjavec 1998). Novinar opravi intervju, ker potrebuje informacije, ki jih ne pozna. Na vsak intervju se mora novinar pripraviti. Ključ za uspešen intervju je vzpostavitev korektnega odnosa med novinarjem in virom. Novinar si mora pred intervjujem zapomniti ali zapisati vprašanja. Pogosto se zgodi, da mora novinar postaviti vprašanja, ki jih nima vnaprej pripravljenih. Takrat je ključnega pomena njegova pripravljenost na intervju in predhodno raziskane informacije (prav tam).

Pri poglobljenemu intervju se predpostavlja, da intervjuvanec razmišlja na glas, s čimer odgovarja na vprašanja (Willis 1999). Izpraševalec odgovore posname, ali pa jih zabeleži kako drugače. Če se intervjuvanec ustavi, ali izgubi nit, mu lahko izpraševalec pomaga s krajšimi vprašanji, kot je »povej mi, kako misliš«. Pri poglobljenemu intervjuju se uporabi

vprašalnik, ob katerem intervjuvanec odgovarja s svojimi mislimi (prav tam). Poglobljene intervjuje sem opravil s tremi uredniki športnih uredništev v časopisih, ki sem jih zajel v magistrskem delu. Uredniki namreč skupaj z novinarji zasedajo privilegiran položaj, saj imajo v rokah monopol nad sredstvi produkcije in javne difuzije informacij (Bourdieu 2001). Urednika športnih strani pri Delu in Dnevniku sta bila v času raziskave Miha Hočevar in Matej Štakul, medtem ko sem pri raziskavi delovanja športnega časnika Ekipa intervjuval odgovornega urednika časopisa Gorana Obreza.

Poglobljene intervjuje sem opravil tudi z avtorji novinarskih prispevkov. Iz vsake medijske hiše sem izbrali po tri avtorje na podlagi več kriterijev. Eden so izkušnje, drugi raznolikost poročanja in tretji spol, zato so bile v raziskavo vključene tudi novinarke.

5 KATERI SPOL PREVLAĐUJE V NOVINARSKIH PRISPEVKIH

Statistika je jasna – v novinarskih prispevkih v rubriki šport v časopisih Delo, Dnevnik in Ekipa prevladujejo moški. V šestih izdajah omenjenih treh časopisov je bilo skupno 412 prispevkov o športu (glej Tabela 5.1). Od tega jih je 312 poročalo le o moških, kar znaša 78 odstotkov. Ženskam je bilo namenjenih 45 prispevkov (slabih 11 odstotkov), oba spola hkrati sta se pojavila v 46 prispevkih (dobrih 11 odstotkov).

Razmerje je bilo podobno pri analizi posameznih časopisov. Osrednji slovenski časopis Delo je imel v analiziranih šestih številkah 148 novinarskih prispevkov o športu (glej Tabela 5.2). Od tega 113 o moških (76 odstotkov), dvajset o ženskah (14 odstotkov) in petnajst o obeh spolih (10 odstotkov). V časopisu Dnevnik je bilo v istih dneh objavljenih 86 novinarskih prispevkov o športu. V 66 prispevkih so nastopali moški (77 odstotkov), v šestih ženske (7 odstotkov) in oba spola v štirinajstih prispevkih (16 odstotkov). Največ novinarskih prispevkov o športu je razumljivo imela Ekipa, saj gre za edini slovenski časopis, ki poroča le o športu. Skupno je bilo analiziranih 178 prispevkov. Od tega so moški nastopali v 142 prispevkih (80 odstotkov), ženske v devetnajstih prispevkih (11 odstotkov) in oba spola v sedemnajstih prispevkih (9 odstotkov). V analiziranih izdajah je torej povprečno o moških največ poročala Ekipa (80 odstotkov), o ženskah Delo (14 odstotkov) in o obeh spolih Dnevnik (16 odstotkov).

Tabela 5.1: Število prispevkov po spolu v vseh treh časopisih

| Spol | Vsi časopisi | |
|---------------|---------------------|-------|
| Moški | 321 | 78 % |
| Ženske | 45 | 11 % |
| Oba | 46 | 11 % |
| Skupaj | 412 | 100 % |

Tabela 5.2: Število prispevkov po spolu v rubriki šport v posameznih časopisih

| Spol | Delo | | Dnevnik | | Ekipa | |
|---------------|-------------|-------|----------------|-------|--------------|-------|
| Moški | 113 | 76 % | 66 | 77 % | 142 | 80 % |
| Ženske | 20 | 14 % | 6 | 7 % | 19 | 11 % |
| Oba | 15 | 10 % | 14 | 16 % | 17 | 9 % |
| Skupaj | 148 | 100 % | 86 | 100 % | 178 | 100 % |

5.1 Razlike po spolu po posameznih športih

Analiza po športih razkriva, da je bil v novinarskih prispevkih v časopisih Delo, Dnevnik in Ekipa največkrat v ospredju nogomet (glej Tabela 5.3). Skupno je bilo 108 prispevkov o

nogometu, kar je več kot četrtnina (26 odstotkov) vseh prispevkov v analiziranih izdajah. Kljub temu so se v le enem prispevku pojavile tudi nogometašice.

Tabela 5.3: Število prispevkov po spolu in posameznih športih v vseh treh časopisih

| Šport/Spol | Moški | | Ženske | | Oba | | Skupaj = 100 % |
|--------------------|-------|-------|--------|-------|-----|-------|----------------|
| | Št. | % | Št. | % | Št. | % | |
| Alpsko smučanje | 9 | 39 % | 11 | 48 % | 3 | 13 % | 23 |
| Atletika | / | / | / | / | 1 | 100 % | 1 |
| Biatlon | 2 | 15 % | 3 | 23 % | 8 | 62 % | 13 |
| Boks | 3 | 100 % | / | / | / | / | 3 |
| Borilni športi/FFC | 1 | 100 % | / | / | / | / | 1 |
| Dvoranski nogomet | 5 | 100 % | / | / | / | / | 5 |
| Formula 1 | 10 | 100 % | / | / | / | / | 10 |
| Gimnastika | / | / | / | / | 4 | 100 % | 4 |
| Gorsko kolesarstvo | / | / | 4 | 100 % | / | / | 4 |
| Hokey na ledu | 35 | 100 % | / | / | / | / | 35 |
| In-line hokey | 1 | 100 % | / | / | / | / | 1 |
| Judo | / | / | 1 | 25 % | 3 | 75 % | 4 |

| | | | | | | | |
|-----------------------|-----|-------|---|------|---|-------|-----|
| Kajakaštvo | / | / | / | / | 3 | 100 % | 3 |
| Kegljanje | / | / | / | / | 1 | 100 % | 1 |
| Kolesarstvo | 12 | 100 % | / | / | / | / | 12 |
| Košarka | 41 | 93 % | 3 | 7 % | / | / | 44 |
| Motociklizem | 8 | 100 % | / | / | / | / | 8 |
| Namizni tenis | 1 | 25 % | / | / | 3 | 75 % | 4 |
| Nogomet | 107 | 99 % | 1 | 1 % | / | / | 108 |
| Nordijska kombinacija | 1 | 100 % | / | / | / | / | 1 |
| Odbojka | 15 | 83 % | 2 | 11 % | 1 | 6 % | 18 |
| Olimpizem | 1 | 100 % | / | / | / | / | 1 |
| Plavanje | / | / | / | / | 4 | 100 % | 4 |
| Reli | 2 | 100 % | / | / | / | / | 2 |
| Rokomet | 24 | 71 % | 9 | 26 % | 1 | 3 % | 34 |
| Smučarski kros | / | / | / | / | 1 | 100 % | 1 |
| Smučarski skoki | 27 | 84 % | 4 | 13 % | 1 | 3 % | 32 |

| | | | | | | | |
|-------------------|---|-------|---|------|---|-------|----|
| Smučarski teki | 1 | 13 % | 2 | 25 % | 5 | 62 % | 8 |
| Spidvej | 4 | 100 % | / | / | / | / | 4 |
| Splošno (kolumna) | 3 | 75 % | / | / | 1 | 25 % | 4 |
| Tekvondo | / | / | / | / | 1 | 100 % | 1 |
| Tenis | 5 | 33 % | 5 | 33 % | 5 | 33 % | 15 |
| Ulična košarka | 1 | 100 % | / | / | / | / | 1 |
| Veslanje | 2 | 100 % | / | / | / | / | 2 |

Vsi ostali športi so bili daleč zadaj. Vsaj deset objav je bilo namenjenih še košarki (44), hokeju na ledu (35), rokometu (34), smučarskim skokom (32), alpskemu smučanju (23), odbojki (18), tenisu (15), biatlonu (13), kolesarstvu (12) in formuli 1 (10). Skupno je vsaj eno objavo imelo 34 različnih športnih kategorij. Od tega je 32 športov, zraven sta bila še olimpizem in komentarji, ki so obravnavali splošno tematiko, ki ni bila neposredno povezana s posameznim športom.

Od 34 kategorij je moški spol prevladoval v kar dvajsetih kategorijah. Kar 14 je takšnih kategorij, kjer so bili omenjeni zgolj moški, ženske prav nikoli. To so boks, FFC (borilni šport), dvoranski nogomet, formula 1, hokej na ledu, in-line hokej, kolesarstvo, motociklizem, nordijska kombinacija, olimpizem, reli, spidvej, ulična košarka in veslanje. Med temi so sicer tudi športi, kjer za ženske sploh ni tekmovanj, denimo formula 1 ali spidvej.

Ženske so bile vsaj enkrat omenjene v dvajsetih različnih kategorijah (od 34). Od tega je enajst kategorij, kjer so se pojavili prispevki z informacijami zgolj o ženskah, sedemnajst pa takšnih, kjer so bili prispevki z obema spoloma. Od vseh športov sta zgolj alpsko smučanje in

gorsko kolesarstvo takšna, kjer je bila večina prispevkov namenjenih ženskam. Gorsko kolesarstvo je tudi edini šport, kjer ni bil omenjen noben moški. Takšni rezultati niso presenetljivi. V tem obdobju je bila najbolj izpostavljena slovenska alpska smučarka Tina Maze, saj slovenski moški tekmovalci niso bili v svetovnem vrhu, zato so slovenski mediji o njih poročali bistveno manj. Enako velja za gorsko kolesarstvo. Gre za šport, ki je v slovenskih medijih prisoten zgolj zaradi dveh uspešnih Slovenk – Tanje Žakelj in Blaže Klemenčič. Brez njune prisotnosti v svetovnem vrhu o tem športu verjetno ne bi bilo nobenega novinarskega prispevka v slovenskih medijih.

Od najbolj izpostavljenih športov, ki imajo več kot deset objav, moški niso prevladovali edino v alpskem smučanju, biatlonu in tenisu. Kot rečeno, pri alpskem smučanju so bili v ospredju prispevki o Tini Maze, pri biatlonu pa so bile vloge po spolu precej razdeljene po zaslugi Jakova Faka in Teje Gregorin, ki sta bila oba v svetovnem vrhu. Največja izjema je bil tenis, kjer je bilo po pet prispevkov namenjenih moškim, pet ženskam in pet obema spoloma. Tudi tuje raziskave so kot šport, kjer naj bi bila spolna enakopravnost največja, izpostavljale ravno tenis.

Ker je bila analiza opravljena v prvi polovici leta 2014, je med bolj globalnimi športi močno izostala atletika. Skupno je bil zaznan zgolj en novinarski prispevek.

Tabela 5.4: Število prispevkov po spolu in posameznih športih po posameznih časopisih

| Šport/Spol | Delo | | | Dnevnik | | | Ekipa | | |
|-----------------|-------|--------|-----|---------|--------|-----|-------|--------|-----|
| | Moški | Ženske | Oba | Moški | Ženske | Oba | Moški | Ženske | Oba |
| Alpsko smučanje | 3 | 6 | / | 3 | 1 | 3 | 3 | 4 | / |
| Atletika | / | / | / | / | / | / | / | / | 1 |
| Biatlon | / | 1 | 3 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 2 |

| | | | | | | | | | |
|--------------------|----|---|---|---|---|---|----|---|---|
| Boks | 2 | / | / | / | / | / | 1 | / | / |
| Borilni športi/FFC | 1 | / | / | / | / | / | / | / | / |
| Dvoranski nogomet | 1 | / | / | / | / | / | 4 | / | / |
| Formula 1 | 3 | / | / | 4 | / | / | 3 | / | / |
| Gimnastika | / | / | 2 | / | / | 1 | / | / | 1 |
| Gorsko kolesarstvo | / | 2 | / | / | 2 | / | / | / | / |
| Hokey na ledu | 14 | / | / | 6 | / | / | 15 | / | / |
| In-line hokey | / | / | / | / | / | / | 1 | / | / |
| Judo | / | 1 | 2 | / | / | / | / | / | 1 |
| Kajakaštvo | / | / | 1 | / | / | 1 | / | / | 1 |
| Kegljanje | / | / | / | / | / | / | / | / | 1 |
| Kolesarstvo | 4 | / | / | 4 | / | / | 4 | / | / |
| Košarka | 15 | 1 | / | 8 | / | / | 18 | 2 | / |
| Motociklizem | 3 | / | / | 4 | / | / | 1 | / | / |
| Namizni tenis | / | / | 1 | 1 | / | 1 | / | / | 1 |

| | | | | | | | | | |
|-----------------------|----|---|---|----|---|---|----|---|---|
| Nogomet | 34 | / | / | 14 | / | / | 59 | 1 | / |
| Nordijska kombinacija | / | / | / | / | / | / | 1 | / | / |
| Odbojka | 4 | / | / | 3 | / | / | 8 | 2 | 1 |
| Olimpizem | 1 | / | / | / | / | / | / | / | / |
| Plavanje | / | / | 1 | / | / | 1 | / | / | 2 |
| Reli | 1 | / | / | / | / | / | 1 | / | / |
| Rokomet | 8 | 3 | / | 4 | 2 | 1 | 12 | 4 | / |
| Smučarski kros | / | / | / | / | / | / | / | / | 1 |
| Smučarski skoki | 12 | 2 | / | 10 | / | / | 5 | 2 | 1 |
| Smučarski teki | 1 | 1 | 2 | / | / | 1 | / | 1 | 2 |
| Spidvej | / | / | / | 2 | / | / | 2 | / | / |
| Splošno (kolumna) | 3 | / | / | / | / | 1 | / | / | / |
| Tekvondo | / | / | 1 | / | / | / | / | / | / |
| Tenis | 2 | 3 | 2 | 1 | / | 1 | 2 | 2 | 2 |
| Ulična košarka | / | / | / | / | / | / | 1 | / | / |

| | | | | | | | | | |
|---------------|------------|-----------|-----------|-----------|----------|-----------|------------|-----------|-----------|
| Veslanje | 1 | / | / | 1 | / | / | / | / | / |
| Skupaj | 113 | 20 | 15 | 66 | 6 | 14 | 142 | 19 | 17 |

5.2 Razlike po spolu med olimpijskimi igrami

Tuje raziskave so opazile trend, da se o ženskah v športu več poroča v času olimpijskih iger. Enak vzorec je bil očiten tudi v slovenskih časopisih. V analiziranem obdobju so namreč potekale zimske olimpijske igre v Sočiju. V kolikor je bil skupni delež prispevkov o moških 78-odstoten, je bil med olimpijskimi igrami 57-odstoten (glej Tabela 5.5). Skupni delež prispevkov o ženskah je bil v vseh analiziranih številkah 11-odstoten, toda v času olimpijskih iger je narasel na 30 odstotkov. In v kolikor se je v vseh analiziranih številkah vsaj ena ženska pojavila v zgolj 22 odstotkih prispevkov, se je v času olimpijskih iger v 43 odstotkih.

Med posameznimi časopisi v času olimpijskih iger je največ prostora ženskam namenil Delo (glej Tabela 5.6), saj je v analizirani februarški številki vsaj ena ženska nastopila v petih od desetih prispevkov. V časopisu Dnevnik se je vsaj ena ženska pojavila v štirih od enajstih prispevkov, v Ekipi pa v štirih od skupno devetih prispevkih.

Tabela 5.5: Število prispevkov po spolu v času olimpijskih iger v vseh treh časopisih

| Spol - OI | Vsi časopisi | |
|------------------|---------------------|-------|
| Moški | 17 | 57 % |
| Ženske | 9 | 30 % |
| Oba | 4 | 13 % |
| Skupaj | 30 | 100 % |

Tabela 5.6: Število prispevkov po spolu v času olimpijskih iger po posameznih časopisih

| Spol - OI | Delo | | Dnevnik | | Ekipa | |
|---------------|---------|-------|---------|-------|---------|-------|
| | Število | % | Število | % | Število | % |
| Moški | 5 | 50 % | 7 | 64 % | 5 | 56 % |
| Ženske | 4 | 40 % | 1 | 9 % | 4 | 44 % |
| Oba | 1 | 10 % | 3 | 27 % | / | / |
| Skupaj | 10 | 100 % | 11 | 100 % | 9 | 100 % |

5.3 Razlike po spolu gleda na postavitev novinarskih prispevkov

Pri analizi spola veliko pove tudi pozicija posameznega novinarskega prispevka. Ali je na vrhu ali spodaj, ali ima v širino več kot polovico strani ali manj. Pomembnejši prispevki, ki jih uredništvo želi bolj izpostaviti, so praviloma na vrhu in zavzemajo več kot polovično širino. Obratno velja za manjše prispevke, ki so mnogokrat tudi izhod v sili za zapolnitev prostora, zato so spodaj in ob straneh. Pri tem je potrebno omeniti, da v analizi za magistrsko nalogo nisem upošteval rubrik, kot so rezultati, vrstni redi in novice, ki prav tako v večini primerov pristanejo v spodnji polovici časopisne strani.

Pri tovrstni analizi je potrebno v obzir vzeti format vseh treh časopisov. Dnevnik in Ekipa imata skoraj identičnega (44x31 cm), medtem ko ima Delo precej večji format (57,5x38 cm), s čimer je na posamezni strani več prispevkov v različnih velikostih. Ravno tu se skriva razlog, da je bilo številčno več prispevkov v Delu na spodnji polovici kot zgoraj (glej Tabela 5.7). Spodaj je bilo namreč več manjših prispevkov, ki jih je bilo precej zaradi večjega formata. Denimo o moških je bilo v Delu 69 prispevkov na spodnji polovici, 44 pa zgoraj.

Bolj zgovorni pri tem kriteriju so bili podatki pri Dnevniku in Ekipi. Prispevki o moških so bili v večini primerov na zgornji polovici in tudi v širino merili več kot polovico, torej je bil

prispevek na vsaj treh kolonah od možnih petih. V časopisu Dnevnik je bilo od vseh prispevkov 49 takšnih (56 odstotkov), ki so bili na zgornji polovici, 44 pa takšnih (51 odstotkov), ki so obsegali vsaj tri kolone – in so poročali o moških. Podobno velja za časopis Ekipa. Od vseh prispevkov so bili 103 takšni (58 odstotkov), ki so poročali o moških in so bili na zgornji polovici. Vsaj na treh kolonah teksta je bilo 90 prispevkov (51 odstotkov), ki so poročali zgolj o moških.

V analiziranih časopisih so zgolj v Dnevniku imeli prispevki o obeh spolih več kot deset odstotkov objav na zgornji polovici strani (natančneje dvanajst odstotkov). Jasno je torej, da v slovenskih časopisih prispevki o ženskah skoraj nikoli niso naslovne zgodbe.

Tabela 5.7: Število prispevkov po spolu glede na postavitev na strani (zgoraj/spodaj in širši/ožji kot polovica)

| Delo N=148 | Zgoraj | | Spodaj | | Širši kot polovica | | Ožji kot polovica | |
|-------------------------------|---------------|------|---------------|------|---------------------------|------|--------------------------|------|
| Moški | 44 | 30 % | 69 | 47 % | 82 | 56 % | 31 | 21 % |
| Ženske | 6 | 4 % | 14 | 9 % | 12 | 8 % | 8 | 5 % |
| Oba | 2 | 1 % | 13 | 9 % | 7 | 5 % | 8 | 5 % |
| Dnevnik N=86 | Zgoraj | | Spodaj | | Širši kot polovica | | Ožji kot polovica | |
| Moški | 49 | 56 % | 17 | 20 % | 44 | 51 % | 22 | 26 % |
| Ženske | 4 | 5 % | 2 | 2 % | 4 | 5 % | 2 | 2 % |
| Oba | 10 | 12 % | 4 | 5 % | 8 | 9 % | 6 | 7 % |
| Ekipa N=178 | Zgoraj | | Spodaj | | Širši kot polovica | | Ožji kot polovica | |

| | | | | | | | | |
|--------|-----|------|----|------|----|------|----|------|
| Moški | 103 | 58 % | 39 | 23 % | 90 | 51 % | 52 | 29 % |
| Ženske | 12 | 7 % | 7 | 4 % | 10 | 6 % | 9 | 5 % |
| Oba | 10 | 6 % | 7 | 4 % | 6 | 3 % | 11 | 6 % |

5.4 Razlike po spolu v prispevkih, kjer se pojavljajo ženske in moški

Razlike med spoloma so bile tudi v prispevkih, kjer so se pojavile informacije tako o moških kot o ženskah. V prav vseh treh analiziranih časopisih je bilo v takšnih prispevkih več informacij o moških kot o ženskah. V Delu je bilo v sklopu analize zaznanih petnajst prispevkov, kjer so se pojavili tako športniki kot športnice, od tega je bilo devet takšnih (60 odstotkov), kjer so bili v ospredju moški (glej Tabelo 5.8). V Dnevniku je bilo štirinajst prispevkov o obeh spolih, od tega so v osmih (57 odstotkov) prevladovali moški. Enak trend je bil opazen pri Ekipi, ki je obema spoloma hkrati namenila sedemnajst prispevkov, v devetih primerih (53 odstotkih) so prevladovali moški.

Tabela 5.8: Kateri spol prevladuje v novinarskih prispevkih, kjer se pojavita oba spola

| Časopis | Oba spola | | Prevladujejo moški | | Prevladujejo ženske | |
|----------------|-----------|-------|--------------------|------|---------------------|------|
| Delo | 15 | 100 % | 9 | 60 % | 6 | 40 % |
| Dnevnik | 14 | 100 % | 8 | 57 % | 6 | 43 % |
| Ekipa | 17 | 100 % | 9 | 53 % | 8 | 47 % |

6 REZULTATI DISKURZIVNE ANALIZE

Kakšne so razlike po spolu v novinarskih prispevkih in kako se nanašajo na besedišče, sem raziskoval preko modela kritične diskurzivne analize. V njem so bili zaznani naslednji sklopi:

spolno označevanje; vzpostavitev heteroseksualnosti; poudarjanje ženskih stereotipov; pomanjševanje žensk, medtem ko dveh vidikov (dejavniki pri ženskah, ki niso povezani s športom; primerjanje z moškimi) nisem opazil. V to analizo sem nato vključil še raziskavo, kateri spol prevladuje pri virih izjav.

6.1 Spolno označevanje

Eden najpogostejših primerov spolne diskriminacije v novinarskih prispevkih v športu je drugačno naslavljanje športov, ko gre za moške ali ženske. Denimo v časopisu Delo sta bila 9. junija 2014 dva prispevka o košarki z naslovi »*Odslej bo vse še veliko težje*« in »*Po odličnem EP skok na vlak sprememb*«. Čeprav sta iz istega športa, je bil prvi nadnaslovljen z »*Ženska košarka*«, drugi zgolj s »*Košarka*«, kar je očitna razlika med spoloma. Enak primer je bil v športnem časopisu Ekipa 6. januarja 2014, kjer so bili v ospredju smučarski skakalci in skakalke. Medtem ko pri moških v prispevku z naslovom »*Anssi za zgodovino, Peter za stik z vrhom*« ni bilo nikjer posebej izpostavljeno, da gre za novinarski prispevek o moških skokih, je bilo to opazno pri prispevku o ženskah, kjer je nad naslovom »*Tri med deseterico*« pisalo »*Ženski skoki*«. Velika razlika je bila tudi v dolžni prispevkov, čeprav sta bila najboljša slovenska posameznika v obeh konkurencah na šestem mestu. Razlika je bila še v dolžini prispevkov, saj je bilo moškim namenjeno vsaj 6-krat več prostora.

Enako je veljalo za prispevek v Ekipi 9. junija 2014 z naslovom »*Beltinčanke z dvojno krono*«, kjer je bil nadnaslov »*Ženski nogomet*«. Pri vseh ostalih prispevkih o nogometu, v katerih so bili v ospredju moški, ni nikjer pisalo »*Moški nogomet*«. V isti izdaji Ekipe je bil prispevek z naslovom »*Vedel, koliko bo treba*«, kjer ni bilo posebej izpostavljeno, da gre za besedilo o ženski košarki, pisalo pa je »*slovenska ženska reprezentanca*«. Ko je bil recimo spodaj prispevek o reprezentanci mlajših članov (»*Še 15 kandidatov*«), nikjer ni pisalo, da gre moško reprezentanco. Enako je bilo pri prispevku o evropskem prvenstvu leta 2015 (»*Odločilni dnevi*«), ko se je uporabljala samo besedna zveza »*evropsko prvenstvo*«, s čimer se je predvidevalo, da bo bralec avtomatsko naredil povezavo s prvenstvom za moške.

V časopisu Dnevnik 28. aprila 2014 v prispevku z naslovom »*Ceraju se je še četrtič zalomilo*« je bil v ospredju judo. V njem so se pojavili tako moški kot ženske, a naslov je bil namenjen tekmovalcu Matjažu Ceraju, čeprav je večji dosežek uspel ženski reprezentanci na moštveni tekmi s kolajno. Razlika je bila tudi pri naslavljanju selektorjev moške in ženske

ekipe. Prvi je bil naslovljen z besedno zvezo »*selektor ekipe*«, drugi pa z »*selektor ženske izbrane vrste*«. Pri prvem je moral bralec očitno sam sklepati, da gre za selektorja moške ekipe, medtem ko je bilo pri drugem poudarjeno, da gre za selektorja ekipe žensk. Enako velja za prispevek v isti izdaji z naslovom »*Elita zbrana v Tokiu, nekdanjem zlatem jugoslovanskem hramu*« o namiznem tenisu. Medtem ko je bilo za žensko reprezentanco zapisano, da jo vodi »*ženska selektorica*«, pri moških ni bilo izrecno izpostavljeno, da gre za moško reprezentanco ali moškega selektorja.

Našli so se tudi nasprotni primeri, kjer spol pri istih športih ni bil eksplicitno izpostavljen. Tega pojava denimo ni bilo v Ekipi 17. marca 2014 pri košarki, ko so bile v novinarskem prispevku z naslovom »*Na vrhu Triglav(a)*« v ospredju ženske. Šlo je za zaključni turnir slovenskega pokala za ženske, kjer ni bilo posebej označeno, da gre za »*žensko košarko*«. Enako je veljalo za prispevek v Delu 6. januarja z naslovom »*Trener jezno pihal, ker še ni stopničk*«, ki je govoril o smučarskih skakalkah. V vseh ostalih primerih je pisalo, da gre za »*Ženske smučarske skoke*«, tedaj pa le »*Smučarski skoki*«. Za razliko od večine primerov, ko je bil nek šport izrecno napisan s pridevnikom »*ženski/a*«, je bilo v isti izdaji Dela pri prispevku z naslovom »*Z normo za OI le Valenčič in Kranjec*« posebej napisano, da je to »*Moška reprezentanca*«.

Tipičen primer športa, kjer nikoli ni bilo pridevnika »*ženski*«, je rokomet. Denimo pri prispevku z naslovom »*Po Tislju spet Bonova ali prvič Bregar?*« v Delu 17. marca 2014, ki je bil namenjen rokometošicam, ni bilo posebej označeno, da gre za ženski rokomet, ampak je pisalo samo »*Rokomet*«.

Enakopravna praksa se je našla tudi pri naslavljanju akterjev. V novinarskem prispevku v Ekipi 5. maja 2014 z naslovom »*Črnogorke dotolčene, navijači pretepeni*« so bile rokometošice predstavljene brez stilno zaznamovanih besed, ampak so bile uporabljene besede »*Madžarke*«, »*vratarica*«, »*kapetanka*«, »*prvakinje*«, »*varovanke*«. Na isti strani je bil novinarski prispevek »*Vrnili z obrestmi*«, ki se je nanašal na rokometoške. Predstavljeni so bili s podobnimi besedami: »*Mariborčani*«, »*Trebanjci*«, »*domači*«, »*prvaki*«, »*varovanci*«, »*kapetan*«... Torej skoraj identično kot pri ženskah. Kljub temu je bilo opaznih več pridevnikov, ki so kazali na fizično moč rokometošev: »*neusmiljen*«, »*hitronogi*«, »*neustavljiv*«. Izpostavi se lahko še novinarski prispevek v isti izdaji Ekipe »*Nole v škripcih*«, kjer so se pojavile tako ženske kot moški, a so bili oboji predstavljeni brez spolno

zaznamovanih besed in besednih zvez. Enako velja za novinarski prispevek v Ekipi tega dne z naslovom »*Prek višje sile ni šlo*«, ki je obravnaval namiznoteniške igralke in igralce. Naslavljanje enih in drugih se je razlikovalo zgolj v moški in ženski obliki pridevnikov, kot sta »*prvaki*« in »*prvakinje*«.

6.2 Heteroseksualna privlačnost

Tipičen primer za spolno razlikovanje v novinarskih prispevkih o športu je izpostavljanje partneric moških športnikov, pri ženskah športnicah pa izpostavljanje zasebnosti in poudarjanje ženske plati, kot je materinstvo. Denimo v časopisu Delu 28. aprila se je v prispevku z naslovom »*Nadal nič več gospod April*« pojavila informacija o zasebnem življenju teniškega igralca, ko se je izpostavilo njegovo ženo. Za Rogerja Federerja je tako pisalo, da »*je pripravljen Roland Garros tudi izpustiti, če bo njegova žena Mirka ravno v tem času rodila*«. Enak vzorec velja za prispevek z naslovom »*Nekoč coprnice, zdaj pa ris*«, v katerem je pisalo: »*V ZDA bo na štirinajstdnevni oddih pot vodila tudi prvega zvezdnika slovenske reprezentance na tem prvenstvu Jana Muršaka, čigar dekle je v Detroitu*«. Podobno je veljalo za novinarski prispevek v Delu 5. maja z naslovom »*Tokičeva poškodba odnesla vrnitev v elito*«, kjer je bilo pri igralki Jani Ludvik zapisano, da je »*tudi že mamica*«. Kot zgolj partnerice so bile ženske izpostavljene na naslovnici Ekipe 9. junija 2014, kjer je bil naslov intervjuja med bratoma Edom in Dinom Murićom: »*Ni dekleta, ki bi naju lahko ločilo*.«

V novinarskem prispevku »*Tam, kjer šteje*« o kolesarju Simonu Špilaku v Ekipi 5. maja je potrebno izpostaviti fotografiji. Na večji je bil slovenski kolesar, kako je zadihan na kolesu, na drugi pa na zmagovalnem odru, ko ga poljubljata hostesi. Fotografiji sta tako nakazovali heteroseksualno razmerje. Moški se je moral najprej boriti, da je dobil pozornost ženske, ki je bila zraven kot nagrada.

Kot tipičen primer heteroseksualne privlačnosti žensk v športu je bila rubrika »*Olimpijski magazin*« v Ekipi 10. februarja 2014, kjer so bile predstavljene predvsem »lahkotnejše« teme iz olimpijskih iger. Ena od petih novic je bila naslovljena s »*Poplava nagic: Čez 2000*«, v katerem je pisalo, kako je ruski tekmovalec v bordanju Aleksej Sobolev na čeladi objavil svojo telefonsko številko, nato pa prejel številne fotografije pomanjkljivo oblečenih oboževalk. Enako vlogo ima rubrika *Bejba dneva*, kjer so v Ekipi pomanjkljivo oblečene ženske, kar kaže, da časopis naslavlja predvsem moške.

6.3 Poudarjanje stereotipov

Stalna praksa v novinarskih prispevkih je tudi poudarjanje stereotipnih značilnosti spolov. Moški so močni, ženske lepe. V Ekipi 9. junija je bil takšen diskurz opazen pri prispevku z naslovom *»Še naj klečijo pred njim«*, ki je bil namenjen finalu moških teniških igralcev. V njem je bila opazna besedna zveza v nadnaslovu *»dvoboj titanov«*. Podobno je veljalo za besedne zveze *»ubijalski forehand«*, *»ko padeš v Nadalov mlin, prideš ven z zdrobljenimi kostmi«*, *»ko zveri zavohajo kri, te pač raztrgajo«*, *»primazal takšno klofuto«*, s čimer je avtor skušal prikazati grobo stran moškega tekmovalca Rafaela Nadala.

Zgovoren primer je teniška igralka Marija Šarapova. V Dnevniku 9. junija je bil prispevek z naslovom *»Dolge noge, svetli lasje in številne zmage«*. V njem je bila večkrat izpostavljena zunanja podoba športnice. Primera sta: *»Zaradi dolgih nog in svetlih las so jo primerjali z Ano Kurnikovo«*, *»njen vzdevek je 'sibirska kraljica'«*. Enako velja za Ekipo na isti dan in novinarski prispevek z naslovom *»Zmagala z močjo volje«*. Že v nadnaslovu je bila opazna besedna zveza *»ruska lepotička«*, celotna poved pa se je glasila: *»Ruska lepotička je pokazala, da nima samo dolgih nog«*. Kasneje v glavnem besedilu se je pojavila poved: *»Marija je dokazala, da res ni samo barbika za reklamne spote, ampak da zna igrati tudi tenis.«* Podobno je veljalo za besedno zvezo *»dolgonoga 27-letna sibirska lepotica«*. Zraven je bila tudi fotografija, na kateri Marija Šarapova pozira v kratkem krilu in ne v športni opremi na igrišču. Drugače je Delu. V novinarskem prispevku z naslovom *»Od krave do pečene kraljice«* pri Šarapovi ni bilo nobenih opisov zunanosti. Razlika je tudi v tem, da je bila avtorica prispevka ženska.

Marija Šarapova ima sicer enega najbolj prepoznavnih in tržnih obrazov na svetu (Buck 2015). Postala je slavna zaradi svojega videza in dolgih svetlih las, pa tudi zato, ker je pri 17 letih osvojila Wimbledon. Lovorik ima veliko, a manj kot Serena Williams. Kljub temu je Šarapova v zadnji dekadi vsako leto na vrhu Forbesove lestvice najbolje plačanih športnic. Ima svojo lastno mobilno aplikacijo in podjetje za proizvodnjo sladkarij in oblek, ki je prisotno na tridesetih trgih. V prvih dveh letih obstoja podjetja je prodala 3,5 milijona vrečk svojih bonbonov. In kaj je razlog uspeha Šarapove – atraktiven videz v kombinaciji z odličnimi rezultati. Hkrati se zaveda svojih adutov in je marketinško izobražena. (prav tam).

Izpostaviti velja še primer iz Dela 17. marca, kjer so bile obrazne poteze izpostavljene pri moškemu. V prispevku »*Ni izgubil deških potez, a je odločnejši*« je bilo že v naslovu opazno, da je avtorica opisovala zunanji videz tekmovalca, v tem primeru motociklista Marca Marqueza. To je bilo vidno v naslednji povedi: »*Čez zimo ni izgubil sproščenega izraza na obrazu in nagajivega nasmeška, ki svetu govori, da ga nič in nihče ne more vreči s tira.*«

6.4 Pomanjševanje žensk

Najbolj številni primeri razlik med naslavljanjem žensk in moških se opazi pri imenih. Ženske se namreč pogosto naslovi le z imenom, medtem ko moške večkrat po priimku ali polnem imenu in priimku. Kot primer lahko izpostavimo Delo 28. aprila, kjer sta bila prispevka o gorskem kolesarstvu in veslanju. V obeh primerih je bil v naslovu omenjen športnik/-ca, pri čemer je bil prispevek o gorskem kolesarstvu naslovljen s »*Tanja že v ritmu lanske sezone*«, prispevek o veslanju pa s »*Špik nezadovoljen, a potrpežljiv*«. Športnica je bila tako poimenovana po imenu, športnik po priimku. Enak primer je bil v Ekipi 6. januarja, kjer je bila v novinarskem prispevku »*Slabše ne more biti*« osrednja osebnost Tina Maze. Sprva je bila poimenovana s polnim imenom in priimkom, nato pa v večini primerov zgolj še z imenom. Drugače velja za moške sogovornike, predvsem Andreo Massia, ki je bil kasneje v prispevku vedno naslovljen po priimku.

Redkejši so primeri, ko enako velja za moške. V časopisu Dnevnik 17. marca je bil prispevek z naslovom »*Kolajno dojema kot delovni dan v pisani*«, ki je poročal o Petru Prevcu in je bil športnik večkrat naslovljen le z imenom. Opazni so bili tudi primeri, kjer so bili moški naslovljeni z vzdevki. Denimo v Delu 5. maja v novinarskih prispevkih »*Načrti so se mu sfizili že sredi globoke zime*«, »*Telo takšnega ritma pač ne zmore več*« in »*Iličića vzela v bran tudi predsednik*«. Izpostavljeni vzdevki so »*Jagoda*« (Goran Jagodnik), »*Škoro*« (Sebastijan Škorc) in »*Jojo*« (Josip Iličić).

6.5 Kateri spol prevladuje pri virih izjav

Pomemben vidik razlikovanj med ženskami in moškimi je tudi, kdo so viri informacij in koga se večkrat citira. Najbolj izpostavljen primer sta Tina Maze in njen trener Andrea Massi. Denimo v Delu 10. februarja v prispevku »*Vonj po kolajnah v Sočiju močnejši kot kadar koli*« je nastopala Tina Maze, pri čemer je bil večji del pozornosti namenjen njej in ne trenerju Andreii Massiju. To velja tudi za izbor izjav, s čimer Massi ni nastopal v prispevku. Enako

velja za novinarski prispevek v Delu 17. marca »Ekipa bo najboljša – kot vselej«, kjer je nastopala le Tina Maze, ne da bi bila citirana kakšna izjava Andree Massija. Je pa bil zato v isti številki narejen daljši intervju z Massijem z naslovom »Svojega življenja ne bo ogrozil zaradi športa«. Ko je novinar spraševal Massija o smučarki Tini Maze, je vedno uporabil le njeno ime, kar velja za sedem vprašanj. V Dnevniku 17. marca je bila v prispevku z naslovom »Na finalu brez motivacije, prihodnost negotova« večina citatov povzeta po izjavah Andree Massia in serviserja Andree Vianella. Pri tem je potrebno izpostaviti, da je bila smučarka Tina Maze pogostokrat nedosegljiva za izjave, zato so to vlogo opravljali ostali člani njene ekipe. Isti vzorec je bil opazen v Ekipi 6. januarja v prispevku z naslovom »Prehlad preprečil več«, v katerem je bila v ospredju smučarska tekačica Barbara Jezeršek. Njena izjava je bila kratka, medtem ko je bila daljše citirana izjava trenerja Marka Gracerja.

Pri ostalih športih lahko iz Dnevnika 5. maja izpostavimo novinarski prispevek z naslovom »Bojan Tokič ne vidi kakšen posebno bleščeče prihodnosti«. Govor je bil tako o moški kot ženski namiznoteniški reprezentanci, kar je bilo z enakimi izrazi tudi zapisano. Več pozornosti je bilo namenjeno moškim. V prispevku je bila citirana izjava Bojana Tokiča, medtem ko je bil za ženske zapisan le kratek opis dosežkov. Enako velja za prispevek v Dnevniku 17. marca z naslovom »Zadnji strel preprečil ponovitev sanjskega scenarija iz Sočija«, ki je bil namenjen tako biatlonkam kot biatloncem. Čeprav je Teja Gregorin s četrtem mestom dosegla najboljšo slovensko uvrstitev tisti konec tedna, je bila njej namenjena le približno tretjina prispevka, ostali dve pa biatloncem.

7 RAZPRAVA

Ključno vlogo pri tem, kaj se objavi v novinarskih prispevkih, imajo novinarji in njihovi uredniki. O razmerju med ženskami in moškimi v novinarskih prispevkih na Slovenskem so spregovorili ustvarjalci športnih strani pri Delu, Dnevniku in Ekipi. V obdobju med januarjem in julijem leta 2014 so bili uredniki športa v omenjenih časopisih Miha Hočevar, Matej Štakul in Goran Obrez. V analizo sem vključil tri novinarke Sašo Verčič, Mojco Finc in Barbaro Kavčič in še tri novinarje Jožeta Okorna, Andraža Rožmana in Jurija Završnika. V razpravi smo ugotovili, da obstaja spolna neenakost, izpostavili smo, da obstajajo razlike pri poročanju o ženskah med individualnimi in kolektivnimi športi, da prihajajo na površje športi, kjer se povečuje pozornost ženskam, še posebej pa smo izpostavili tenis. V nadaljevanju smo opredelili še vlogo urednika in vlogo tržne naravnosti.

Zatem sledi razprava o vsebini novinarskih prispevkov, predvsem o tem, zakaj je zraven ženske (skoraj) vedno omenjen tudi moški, kako se vsebinsko naslavlja ženske, zakaj se objavlja fotografije pomanjkljivo oblečenih športnic in zakaj se naslavlja moške po priimku, ženske pa po imenu. Posebej smo izpostavili rubriko »Bejba dneva« iz Ekipe, zatem pa še vlogo žensk v športni redakciji, ali čutijo kakšno diskriminacijo pri svojem poklicu in kakšna je vloga medijev pri ustvarjanju razlik po spolu.

7.1 Spolna neenakost

Vsi sogovorniki so priznali, da razlike po spolu obstajajo. »Kljub temu moraš ženske ocenjevati enako kot moške. Športni dosežki žensk morajo biti ocenjeni z istimi vatli. Spolne diskriminacije sploh ne bi smelo biti. Ta problem ne bi smel obstajati, saj bi moralo šteti zgolj tisto, kar športniki dosežejo na igrišču, o čemer potem novinarji poročajo,« je rekel novinar Dnevnika Andraž Rožman. Njegov sodelavec Jože Okorn je izpostavil razliko med športnicami in športniki, s katerimi sodeluje pri svojem poklicu: »Očitno je, da so ženske veliko bolj občutljive na to, kaj se o njih napiše, še posebno, kadar niso uspešne in so prispevki bolj kritični. Kot novinar moraš biti zelo pozoren, saj so reakcije žensk bolj burne in včasih prerastejo v zamere.«

Med primeri, kako mediji razlikujejo med športnicami in športniki, je Okorn izpostavil primera Usaina Bolta in Shelly-Ann Fraser-Pryce, ki sta svetovna prvaka v atletiki v sprintu. »Oba sta iz Jamajke, oba isto trenirata, toda o Boltu se piše bistveno več,« je dejal. Z njim se delno strinja novinar Ekipe Jurij Završnik, ki pravi, da je odvisno, ali gre za individualne ali ekipne športe. »V globalnih individualnih športih, kot so atletika, tenis in alpsko smučanje, so ženske enakovredne moškim. V ekipnih športih ne, kjer so favorizirani moški,« je rekel. K tem besedam velja dodati razmišljanje Mojce Finc iz Dela:

»Poročanje ni toliko odvisno od spola, ampak od uspehov. Če pozimi odpreš časopis, potem vidiš novinarske prispevke o Tini Maze v alpskem smučanju, o ženskah v biatlonu, o ženskah v smučarskih tekah, vse več je tudi prispevkov o ženskah v smučarskih skokih. Izpostavila bi še primer strelstva in Renate Oražem. V Sloveniji je bila že desetkrat najboljša strelka leta. V strelstvu so ženske po rezultatih primerljive moškim. Podobno je v plavanju, kjer imajo ženske enako vlogo kot moški. O njih

poročamo povsem enakovredno. Izjema je bil Michael Phelps, toda na drugi strani so večkrat izpostavljene Missy Franklin, Katie Ledecky...«

Še dodatno dimenzijo je izpostavila Saša Verčič iz Dela. Poleg spola in uspeha je opozorila na nacionalnost športnikov in športnic:

»Spola sta iz vidika rezultata obravnavana na isti način. Ali turnir za grand slam osvoji Serena Williams ali Roger Federer, je povsem enako. Toda v vsakem primeru so v ospredju slovenski športniki. Če igra Polona Hercog, pišeš o njej. Če igra Blaž Kavčič, pa o njemu. Če ne igra noben Slovenec, iščeš najbolj zanimivo mednarodno zgodbo. Recimo, če izpade Federer, pišeš zaradi njegovega izpada, in ne zato, ker je moški. Enako velja, če se hitro od turnirja poslovijo Serena Williams. V začetni fazi tekmovanja pišeš o največjih presenečenjih, v zaključnih partijah pa ima večina turnirjev takšen program, da en dan igrajo ženske, drugi moški, s čimer se zgodbe avtomatsko porazdelijo po spolu.«

Eden od najpogostejših kriterijev, da imajo moški več pozornosti kot ženske, naj bi bila večja »zanimivost« moškega športa. S tem se strinja Barbara Kavčič iz Ekipe:

»Moški športi so bolj zanimivi in gledljivi, zato so ženske v športu zapostavljene. V časopisu moramo gledati na bralce, saj jih ne zanima umetnostno drsanje, ampak moški nogomet. Že ženski nogomet jih ne zanima. V ospredju so uspehi, ampak pri ženskah mora biti res izjemen uspeh in na daljši rok, da je zanimiv. Če Tina Trstenjak zmaga v svetovnem pokalu v judu, to ne pomeni, da bo imel pozornosti za več kot en članek. Ekipe je komercialen medij, ki se mora prodati na trgu.«

Ob tem je Miha Hočevar, ki je urednik športa pri Delu, izpostavil opažanje, da slovenski mediji poročajo o ženskah več kot tuji mediji:

»Pri nas velike diskriminacije ni, čeprav je tudi težko govoriti o enakopravnosti. Če je zadaj prava športna zgodba, potem pridejo ženske brez težav do pozornosti, celo bolj kot v tujini, kjer se ženski šport težje prebije na prve strani časopisov. Izjema so res vrhunski dosežki kot takrat, ko so Italijani imeli dve finalistki na turnirju za grand slam v tenisu. Pravi čudež je bil, da sta bili na naslovnici La Gazzette dello Sport. Enak čudež je bil, da so ju spustili v televizijski oddajo, ko pet minut niso govorili o

nogometu. Pri nas smo imeli Tino Maze in Petro Majdič, ki sta imeli izjemno pozornost. Imeli ste povsem enakopraven status, če ne celo boljšega kot moški. Pozornost namenjamo tistim, ki so boljši. V današnji internetni dobi se vidi, katere teme so najbolj brane. Nek občutek lahko dobiš, kaj hočejo bralci. V Sloveniji pišemo o ženskem športu in tudi o več različnih športih. V tujih državah je v ospredju zgolj moški nogomet. V Sloveniji nimamo tako atraktivnega nogometnega prvenstva, zato ni toliko v ospredju, medtem ko ima v tujini vsako lokalno okolje svoj klub in ga vsi spremljajo. Od ostalih športov jih zanimajo res zgolj vrhunski dosežki, zato smo v Sloveniji bolj raznovrstni.»

Uredniški vidik je predstavil še Goran Obrez iz Ekipe:

»Ženske niso enakovredno zastopane, a obstajajo tehtni razlogi. Ekipe je komercialni športni dnevnik, ki ne dobi nobenih subvencij, zato moramo preživeti na trgu. Kljub temu skušamo vzgajati mlade v športnem duhu. Prav zato namenjamo pozornost tudi športu mladih in rekreaciji. Najbolj udaren je kljub vsemu vrhunski šport in to v športih, ki najbolj zanima širše množice. Odvisni smo od prodaje in marketinga. Največ pozornosti namenjamo najbolj popularnim športom, ki ljudi najbolj zanimajo. Obskurnih športov ne pokrivamo.»

Razlika pri poročanju o ženskah v športu je opazna tudi pri posameznih športih, saj imajo ženske manj pozornosti predvsem pri moštvenih športih, kar je opazil tudi Okorn:

»Veliko je odvisno od okolja. V Združenih državah Amerike je ženski nogomet popularen in ima določeno gledanost, predvsem zato, ker je v ameriškem okolju v družbo vpet ženski študentski nogomet. V svetovnem merilu ima ženski nogomet sicer večjo gledanost v času velikih tekmovanj. Ligo prvakinj ljudje bolj podrobno spremljajo le za finale. Nogomet ima predvsem predznak moškega športa. Saj tudi če bi šli moški sinhrono plavati, jih ne bi nihče spremljal.»

Pri tem vprašanju se je Jurij Završnik, novinar Ekipe, ozrl v zgodovino:

»Razlog je predvsem v tem, da so se ženske v moštvenih športih kasneje razvijale. Ženski nogomet zato nima tradicije in potrebuje čas. V globalnem smislu se ženski nogomet uveljavlja, kar je tudi zasluga krovnih zvez, ki imajo ta interes. Razen

odbojke, ki je primerljiva moškim, ženske nimajo toliko pozornosti kot moški. Ljubitelji športa večkrat delajo primerjavo, kako so dobre in atraktivne ženske proti moškim. Hitro pridejo do spoznanja, da so moški bolj atraktivni v moštvenih športih, zato imajo več pozornosti. V individualnih športih ni večjih razlik.»

Iz vidika zanimivosti je moške kolektivne športe na višjo raven postavila tudi Barbara Kavčiče, novinarka Ekipe:

»Dvomim, da bi kdo šel brati prispevek o ženskem nogometu in bi ga zanimal potek tekme. Tudi če bi bralcem ponujali najboljše članke o ženskah, bi jih težko bolj zanimale kot moški v športu. V tujini je razlika, saj ženskemu nogometu posvečajo več pozornosti, denimo na Švedskem, toda tam imajo izjemno uspešno reprezentanco. Ženski hokej ne zanima nikogar. Tudi pri novinarskih kolegih slišim opazke, da šport sploh ni za ženske, še posebno panoge, kot so rokomet, košarka ali hokej na ledu. Drugače je denimo pri odbojki, ker so lepe punce pomanjkljivo oblečene. Hokej je še toliko bolj specifičen, ker že za moške so v Sloveniji slabi pogoji, za ženske pa še toliko bolj.»

Med moštvenimi športi je iz vidika žensk najbolj izpostavljen rokomet, predvsem preko kluba Krim. Tako pravi Hočevar:

»To je bil fenomen, koliko pozornosti smo mu mediji namenili. Krim je osvajal evropske lovorike, zato je bilo veliko zanimanje za ženski rokomet, kar so potrdile tudi raziskave branosti. Težko pa v imenu enakopravnosti izpostavimo nekaj na silo. To ne gre, saj ti marsikaj narekuje trg. Zagotovo bi pisali o tem, čeprav verjetno spet manj, kot če bi imeli moško ekipo v evropskem vrhu. Tega ne moremo tajiti. Toda v osnovi nikoli ne gledam na spol, ampak na tekmovalnost, kakovost in odmevnost. Če smo konkurenčni in gre za vrhunski šport, poročamo o njem, ne glede na spol.»

Povsem enako mnenje ima njegov stanovski kolega Obrez:

»Če bi imeli ženski klub, ki bi igral v polfinalu lige prvakov, bi imel ogromno pozornosti. Sploh ni dvoma. O tem bi veliko pisali. Takšnih uspehov si celo želimo. V nogometu, košarki, rokometu, odbojki... Na dobro prodajo Ekipe vedno najboljše vpliva vrhunski uspeh slovenskih športnikov. Takrat je opazna višja prodaja. Če Slovenija

naredi fantastičen rezultat, se prodaja dvigne, pri čemer spol nima nobenega pomena. Če bi bile ženske še bolj uspešne, bi mi o tem z veseljem poročali, saj bi to pozitivno vplivalo na našo prodajo. Tako reprezentančni kot klubski nogomet je pri moških v Sloveniji za nekaj razredov višje kot pri ženskah. Pri košarki je razlika še večja, podobno velja za rokomet, čeprav imamo ženski klub, ki ima več pozornosti. Če bi naredili analizo v času največjih uspehov Krima, potem bi videli, da so tudi ženske imele veliko pozornost. Problem pri rokometu je, da slovenska liga za ženske ni zanimiva, ker pri moških je in spada med najboljše v Evropi. Moški imajo močnejše in bolj enakovredne lige, predvsem pa reprezentance dosegajo večje uspehe. Če bodo Slovenke igrale vidno vlogo na evropskem prvenstvu v košarki, potem bodo zagotovo imele pozornost. Te pozornosti bo celo več, če bodo uspešnejše.»

7.2 Športi, kjer se povečuje pozornost ženskam

Kljub temu je opaziti (še toliko bolj v globalnem merilu) pojav novih športov, kjer imajo ženske vse večjo veljavo. Denimo nogomet (globalno) in smučarski skoki (tudi v Sloveniji). Okorn je povedal:

»Ženske so sicer najbolj enakovredne v športih z daljšo tradicijo, kot sta tenis in atletika. Skoki še ne morejo biti primerljivi, saj ženske resno skačejo zadnjih deset let, svetovni pokal pa obstaja šele štiri leta. Zanimivo je, da se tradicionalne države, ki imajo uspehe pri moških, ne ukvarjajo s skoki tudi pri ženskah. Bolj so uspešne druge države, ki so v ženskih skokih našle tržno nišo – Amerika, Kitajska, Italija, Japonska... Japonska skakalka Sara Takanaši je doma skoraj večja zvezdnica kot moški skakalci. Na tekmah v Evropi jo spremlja vsaj toliko, če ne celo več novinarjev, kot reprezentanco moških. Pri ženskih skokih je bila opazna tudi sprememba, ko so postali del olimpijskih iger, saj so takoj pridobili na vrednosti. Pomembno merilo je, ali nastopaš na olimpijskih igrah ali ne.»

O nogometu se je razgovoril Završnik:

»Na popularnosti športov morajo veliko narediti krovne organizacije, kot so Fifa, Uefa ali Fiba, določene stvari se lahko celo uzakoni. V prihodnje nogometni klubi ne bodo smeli igrati v ligi prvakov, če ne bodo imeli tudi ženske ekipe. Krovne zveze s takšnimi pristopi prisilijo okolje, da vlaga in razvija tudi v ženski šport. Ženski

nogomet po priljubljenosti ne bo dosegel moškega nogometa, toda ta razlika se bo zagotovo zmanjšala.»

Kot šport, kjer je najmanj diskriminacije, se največkrat omenja tenis. Dogajanje v tem športu je opisala Saša Verčič:

»Razmerje med spoloma je precej nediskriminatorno. Recimo leta 2014 na turnirju za grand slam v ZDA je bil hitreje razprodan finalni obračun za ženske kot za moške, kar je jasen pokazatelj, da gledalce zanima ženski tenis. Verjetno so hoteli videti, ali bo turnir osvojila domačinka Williamsova. V tenisu je precej zvezdnic, ki jih pozna ves svet. Tudi na različnih lestvicah najbolje plačanih športnikov se pojavljajo teniške igralke. Enako velja za lestvice najbolj vplivnih žensk, kjer so med športnicami v ospredju prav tako teniške igralke. Zgovoren je tudi primer Li Na, ki je z zmago na turnirju za grand slam dvignila na noge vso Kitajsko. Billie Jean King je v tenisu poskrbela, da imajo ženske iste denarne nagrade kot moški. Očitno krovne zveze v mnogih drugih športih tega interesa nimajo, niti ga ne potrebujejo. Pri tenisu določenim ljudem očitno koristi, da imajo teniške zvezdnice, saj s tem tudi sami dobijo precej nagrad. Zdi se mi, da ljudje pri ženskem tenisu gledajo še na kaj drugega kot samo igro.»

Odločilno vlogo pri tem, kaj bo pristalo v časopisu, imajo uredniki. Po odgovorih sodeč se zavedajo pojava, da imajo moški dominantno vlogo v novinarskih prispevkih o športu. O tem je govoril Matej Štakul, urednik pri Dnevniku:

»Razlika je velika. Ženskam posvečamo manj pozornosti, predvsem v moštvenih športih. Nogometa za ženske nimamo, enako košarke. Več poročamo o individualnih športih. O Tini Mazi smo ogromno pisali, pred tem tudi o Jolandi Čeplak. Velika razlika je med moštvenimi in individualnimi športi. Toda takšna je situacija, na kar vpliva omejen prostor v dnevnem časopisu. Če imaš dobro zgodbo o moškemu in dobro zgodbo o ženski, boš dal prednost moškemu. Ženske pogostokrat obravnavamo enako kot mladinski šport, kar je včasih napaka. Medije spremljajo tudi mladi, ki bi radi brali o svojih vrstnikih. Nedavno smo pisali, da je bila slovenska rokometna reprezentanca na drugem mestu na svetovnem prvenstvu, a če bi bili peti, zagotovo ne bi. Pred leti smo uvedli tedensko rubriko Na obisku, v kateri smo pisali o športnikih, ki

drugače nimajo priložnosti, da bi prišli na športne strani časopisa. Že v osnovi se dela veliko selekcijo med športi. Po občutku bi rekel, da redno pišemo o največ desetih športih. Preko te rubrike smo želeli, da bi na mesec predstavili vsaj štiri športnike, o katerih sicer ne pišemo. V to kategorijo spadajo potem tudi ženske in mladoletni športniki. Ali je to dovolj ali ne, je pa druga zgodba. Težko se bo kaj spremenilo. Vprašanje je, ali bo kakšna raziskava branosti pokazala, da želijo ljudje več brati o ženskah. Namerno bi se morali opredeliti, da pišemo več o ženskah. Recimo zdaj je v ospredju odmevna zgodba pri nogometnem klubu Maribor, ki je iskal novega trenerja. Veliko tveganje bi bilo, če bi takrat pisali o športnici, četudi bi bila zanimiva zgodba, ne pa o Mariboru in trenerju. Problem je prostor in novinarji. Če bi imeli več prostora in več novinarjev, potem bi lahko pisali o več različnih stvareh.»

O dogajanju pri Delu je spregovoril urednik Miha Hočevar:

»Nikoli ne tehtam, da bi imel toliko prispevkov o ženskah kot o moških. O tem niti ne razmišljam. Pišemo o tem, kar je aktualno zanimivo. Sploh nimam občutka, da bi s takšnim razmišljanjem kogarkoli diskriminiral, niti ni moje poslanstvo, da bi delil športe po spolu. Če bi to počel, bi bil skoraj aktivist,« je povedal. Pri razdelitvi nalog vedno presodi, kdo bi bil bolj sposoben za določeno opravilo, a pri tem spol nima odločilne vrednosti. »Če nekdo dolgo pokriva nek šport, je z njim malo zasičen, zato je za intervju boljše, da ga naredi drug novinar, saj bo lažje našel nekaj novega o športniku. Nekdo, ki vsak dan piše o Tini Maze, o njej ve toliko, da težko pomisli na kaj novega, saj mu je vse samoumevno. Vprašanje je tudi, kako bi športnik odgovarjal na bolj provokativna vprašanja, če zelo dobro pozna novinarja. Ko po tem principu razdelim naloge, se včasih dogodi, da je ta drug novinar nasprotnega spola. Pri ženskah se opazi, da so panožno zelo ozko usmerjene. A ne zato, ker jim jaz ne bi hotel dati česa drugega za pisati, ampak jih preprosto ne zanimajo vse teme. Večji del žensk v redakciji ne zanimajo športi z žogo. Težko potem rečem nekemu, naj naredi prispevek o nečem, česar ne spremlja. Seveda lahko naredi povsem spodoben prispevek, toda ni dodane vrednosti, če mora delati na silo. Ampak tudi pri moškem delu redakcije so novinarji, ki so pri športih zelo ozkogledi.«

Urednik Ekipe Goran Obrez zatrjuje, da imata novinarki na njihovem časopisu enakovreden status kot moški sodelavci:

»Imamo urednike posameznih športov, kjer sta ženski urednici dveh pomembnih športov – odbojke in hokeja na ledu. V teh športih sami odločata, čemu se bo posvečalo pozornost. Pri ostalih rubrikah pa imamo različne pomisleke, a niso povezani s spolom. Denimo naši novinarki odlično obvladata angleščino, zato rubriko Delo v tujini največkrat opravita ženski. Verjetno pa kdaj pride tudi do tega, da kakšno nalogo opravi ženska, ker lažje naveže stik s športnikom. Ne gre za to, kaj mi hočemo, toda te stvari so opazne. Če ženska lepo izgleda, imajo športniki večji interes, da pristopijo zraven, še posebno, če gre za novinarje, ki jih ne poznajo.«

7.3 Vloga tržne naravnosti

Večina intervjuvanih novinarjev se strinja, da je kapital glavni razlog za razlike med spoloma, tako trdi tudi Rožman:

»Nekateri ženski športi so bolj zanimivi, drugi manj. Tisti, ki poleg športa poudarjajo še druge stvari, denimo ženstvenost, žensko telo... Takšni športi so tenis, odbojka na mivki in tudi odbojka v dvorani. Kapital ne izkorišča samo rezultatov, ampak tudi ostale stvari, ki privabljajo gledalce, to je žensko telo, s čimer se pogostokrat namiguje na spolnost. Kapital to izkorišča, mediji vsemu nasedajo, gledalci pa z veseljem požirajo. Moški v nogometu zaslužijo po deset milijonov evrov, denimo Messi in Ronaldo, toda njuni lastniki še bistveno več. Messi in Ronaldo sta orodje v rokah kapitala, ki se samo še kopiči. Gre predvsem za mednarodne korporacije in Mednarodno nogometno zvezo Fifo, ki jim ni dovolj samo moški nogomet. Hočejo imeti še ženski nogomet, ki je v svetu vse bolj popularen.«

Podobno razmišlja Okorn, ki se je ozrl izven Evrope:

»Vsaka velika športna zgodba ima v ozadju kapital. Tenis je globalen šport tudi pri ženskah, pri čemer koristi preglednost tekmovanja. Vse je jasno, merljivo, ljudje imajo pregled nad lestvicami... Zadaj je še interes kapitala, saj so ženske na največjih turnirjih plačane enako kot moški. Težave nastane, ko se ostali športi želijo primerjati z nogometom, čeprav gre za povsem drugačno zgodbo. V Ameriki imajo sistem malce drugačen, saj zvezdnike delajo tudi iz boksarjev, igralcev ameriškega nogometa, ki jih v Evropi nimamo.«

Završnik je pri razmišljanju na to temo vključil tudi rekreativni šport. »Kapital zna izkoristiti določene športe, ki so ženskam blizu – tek, smučanje, tenis... Vidimo, kako se promovira zdrav način življenja, saj v teh športih ni potrebno večjega števila ljudi. Kapital tako podpira prisotnost žensk v športu. Uspešne ženske v teh športih imajo velika sponzorska sredstva. Marija Šarapova je med desetimi največjimi zaslužkarji,« je dejal. Marketinški vidik in velikost države je opisala Verčičeva: »Marija Riesch je za marsikoga manj vizualno privlačna, toda z reklamo Milke bo na nemškem trgu zaslužila več kot Tina Maze v Sloveniji. Zato je pomembno tudi to, ali si iz velike države. Šarapova ima torej idealno kombinacijo, saj za njo stoji ogromen ruski trg. Nikakor pa ni uspešna le zaradi lepote. Še vedno je osvojila ogromno lovorik.«

Da je kapital tudi nad športnim uspehom, trdi Matej Štakul, urednik športa pri časopisu Dnevnik:

»Brez denarja ne moreš priti nikamor. Vsak prenos na televiziji je potrebno plačati. Če ni nekoga z interesom, ki bi plačal prenos, potem tega športa ni. Začaran krog. Cel kup je tudi športov, kjer niti uspeh ni zagotovilo za medijsko pozornost. V balinanju ima Slovenija vrhunske posameznike, a se skoraj nikjer ne pojavijo. Ampak še vedno moraš tudi poskrbeti, da se mediji prodajajo. Tudi športnice imajo nekaj od tega. Če se pojavijo vsak dan v časopisu, imajo materialno korist. Ravno iz tega vidika športniki dajejo intervjuje. Kdo bi sicer dal petdeset intervjujev na leto brez interesa? Vse to zahtevajo sponzorji. Smučarski skakalec Peter Prevc nikoli ne bi bil toliko v medijih po lastni želji, ampak njegovo prisotnost na tiskovnih konferencah in intervjujih želijo sponzorji. Športniki od tega živijo.«

Eden od pojavov, ki so ga opazili mnogi raziskovalci, je, da so pogostokrat zraven športnic omenjajo tudi moški – kot trenerji, očetje, spremljevalci... »V zadnjem času je bila izpostavljena Lara Prašnikar, ki ima očeta, ki je nogometni trener, in brata, ki je nogometaš. Prav zato smo več pisali o ženskem nogometu,« je rekel Okorn, k čemer je Završnik pristavil: »Pri ženskah izpostavljamo moške, ki vplivajo na njihovo športno pot, predvsem trenerji. Gre za moško osebo, ki je največkrat odločilni faktor za uspeh ženske. V obratni smeri to ne velja. Redke so ženske, ki so neposredno vplivale na uspeh moškega v športu.«

7.4 Vsebinsko naslavljanje žensk

Toda razlike niso opazne le pri številu prispevkov, ampak tudi v vsebini. Rožman je povedal:

»Gre za problem športnega novinarstva. Velikokrat zasledim diskriminatorne izraze. Športni novinarji se morajo zavedati, da poročajo o športu. Ogromno je tega, ko pišejo 'švedska lepota'... Naloga športnega novinarja ni, da ocenjuje, katera ženska je lepa in katera ne. Njegova naloga je, da poroča o športu in ostalih stvareh, ki se tičejo športa. Denimo o denarju v športu, o psihologiji športa, o sociologiji športa... O tem mora poročati športni novinar in ne o simpatičnosti športnice. Na takšen način se takoj doda napačno konotacijo. Seksizma v športnem novinarstvu je precej in preveč. Zasledi se ga skoraj vsak dan.«

Med novinarji, ki uporablja tovrstne izraze, je tudi Završnik:

»Zagotovo obstaja seksizem. Ne bom sodil, ali je prav ali ne. Zagotovo ni prav, če si žaljiv, toda če poudariš nekatere attribute, se mi ne zdi narobe. Tudi ženske same pravijo, da so rade lepo oblečene. Denimo Tina Maze trdi, da se v visokih petah in naličena počuti boljše kot v dresu in čeladi. Ženske hočejo izpostaviti svoje prednosti, saj moški na njih gledamo tudi vizualno. Takšen seksizem ni moteč, saj ni zlonameren, čeprav feministe moti tudi to. ... Če napišem lepotička ali lepa Ana, razmišljam o teh stvareh. Tudi ko izbiram fotografijo, vedno raje izberem tisto, ki je meni najbolj privlačna.«

Tovrstni trend ni opazen, ko se pod novinarski prispevek podpiše ženska. O tem je govorila Saša Verčič:

»Pri opisu moških se izogibam tem izrazom. Ker če bi novinarka zapisala 'španski lepotec' ali nekaj v tem stilu, bi bilo prisotno zgražanje pri bralcih in tudi novinarskih kolegi. Iz tega vidika so zagotovo razlike med spoloma. O ženskah se tudi več piše o zasebnem življenju, medtem ko pri moških ne. Tudi v tem vidiku se skušam izogibati opisovanju zasebnosti, in to pri obeh spolih. Izjema je posebna tedenska rubrika, kjer imamo krajše prispevke zgolj o zasebnem življenju športnikov.«

Podobno je rekla Mojca Finc:

»Nikoli ne bom napisala simpatični Peter Prevc, čeprav je to odvisno tudi od rubrike. V rednem športu ne vnašaš čustev. Drugače je, če grem na trening, kjer naredim nedeljsko rubriko za Nedelo in si pustim več svobode. Takrat tudi izpostaviš, kako je športnik oblečen, kako izgleda, in napišeš, ali je športnica denimo dolgonoga, saj ne pišeš strogo o športu. Pri plavalki Tjaši Oder sem zapisala, da si rada barva nohte. Še v naslovu sem izpostavila, da odhaja na svetovno prvenstvo s posebno pobarvanimi nohti. Vsaj pri nas so takšni opisi odvisni od rubrike. Zdi se mi tudi, da se ženske o teh stvareh lažje pogovarjamo kot moški, četudi so na drugi strani moški. Ženska denimo lažje vpraša športnika, zakaj si je naredil novo frizuro.«

Svoj pogled je predstavila še Barbara Kavčič iz Ekipe:

»Verjetno je odvisno od pisca. Kot ženska morda napišem, da je nek športnik simpatičen, moški novinarji zelo težko. Še toliko prej to zapišeš v intervjujih in posebnih zgodbah, ko zapišem 'rjavolasi hokejist'. Nikakor pa teh pridevnikov ne uporabljam v poročilih tekem. Pri športnicah, ko o njih pišejo moški, je več tega. Še posebno na internetu. Če bi sama izpostavljala lepoto, bi zapisala, da se za tem športnikom ozre marsikatero dekle. Nikoli pa ne direktno, da je nekdo lep.«

Zadnjo besedo pri tem, ali bodo tovrstni pridevniki obstali v novinarskih prispevkih, imajo uredniki. »Na takšne stvari nisem preveč pozoren, ker se mi niti ne zdijo preveč pomembne. Včasih se omeni, da je kdo simpatičen, lep ali postaven, čeprav tega ni veliko. Gre bolj za osebni stil novinarja. Večina novinarjev v športu je moških. In morda zato o ženskah pišejo drugače, kot bi ženske. Nikakor pa ne sme biti grdih opazk, ki so žaljive,« pravi Matej Štakul, urednik športa iz Dnevnika. Miha Hočevar, ki je urednik pri Delu, je pristavil: »Kar se tiče opisov, kot je 'dolgonoga', je jasno, da gre za moške avtorje. To jim pade v oči in se jim takšni opisi ne zdijo sporni. Upoštevati moramo tudi, da so bralci športa predvsem moški, ki jim je bolj všeč, da berejo o dolgonogi Mariji Šarapovi kot o mišičastemu Rafaelu Nadalu.« Svoje videnje je predstavil še urednik Ekipe Goran Obrez: »Razlika med spoloma obstaja in ne vem, zakaj bi se ji izogibali. Saj ženske so nežnejši in lepši spol. Estetika je pri ženskah bolj izpostavljena, ljudje smo takšni. Kljub temu to opisovanje za Ekipo ni značilno. Mi se ne ukvarjamo, koliko je nekdo lep, ampak poročamo o uspešnosti športnikov in športnicah.«

Enak trend je opazen pri izbiri fotografij, ko se pri športnicah pogostokrat doda fotografijo, s katero se želi čim bolj izpostaviti attribute ženskega telesa, o čemer je razpredal Rožman:

»Ne poudarja se rezultat, ampak žensko telo. Odbojka na mivki je tipičen primer. Odbojkarice se tega zavedajo. Erika Fabjan je govorila, da je tovrstne stvari potrebno celo izpostaviti, saj gre za marketinški prijem. Na takšen način pri odbojki na mivki ciljajo na prav posebno publiko, saj se zavedajo, da bodo ljudje to sprejeli in kupili. Športnice in vodilni v športu vedo, da lahko na takšen način pridejo na naslovnice, do sponzorjev in denarja. Če smo radikalni, gre za prodajo ženskega telesa prek medijev. ... Odvisno od konteksta. Če si dnevni časopis, ki naj bi podajal resne informacije, potem objaviš Marijo Šarapovo na igrišču. Če si bolj rumen, jo objaviš v mini krilu. Šport preveč poudarja lepoto, uspeh in denar. Toda enako velja za vso pop kulturo. Blagovne znamke preko športnikov kažejo, da se uspeh vrednoti zgolj preko materialnih dobrin. To je začaran krog. Vsako leto so nove tekme in nove reklame. Podjetja hočejo zaslužiti več in več, ljudje pa vsemu sledijo.«

Iz vidika tenisa je spregovorila Saša Verčič:

»Videz je nedvomno pri sponzorjih zelo pomemben. Enako je na drugih ravneh družbe. Lepše manekenke zaslužijo več kot druge. Očitno res šteje, da so športnice lepe, simpatične in dolgonoge. Najboljša kombinacija je, da si dober in lep. Poglejte samo, koliko teniških igralk se pred dvobojem naliči in uredi nohte. Dobro vedo, kako pomemben je videz. O tem se ne moremo slepiti. Enako velja za moške. Cristiano Ronaldo in Rafael Nadal prav tako tržita svoje telo v oglasih. Obstajajo pa tudi posamezniki, ki se ne želijo izpostavljati. V Sloveniji smo imeli Katarino Srebotnik, ki je bila dvajseta na svetu, toda nikakor ni želela nobene pozornosti izven teniških igrišč, čeprav bi jo lahko imela. Tržni izkupiček je ni zanimal. Raje je imela, če smo jo pustili pri miru.«

Uredniški vidik je predstavil Štakul:

»Meni se takšne fotografije ne zdijo sporne. Nekateri so bolj papeški od papeža. Zdaj je dosegljivo vse možno, tudi pornografski kanali, v časopisu pa naj ne bi smeli objaviti fotografije, kjer se vidi malo več zadnjice. Odbojkarice na mivki so zelo malo

oblečene. Toda ker največ pišemo o športnicah iz posamičnih športov, se objavi predvsem fotografije zmagovalk. Nimaš na izbiro, da bi dal tisto, ki ti je najbolj všeč, ampak daš tisto, ki je nekaj naredila na tekmovališču. Glavni kriterij je športni uspeh, potem pa tudi, da je fotografija s čim več dogajanja.»

Posebna zgodba je poimenovanje športnikov. Nema lokrat je opazno, da so moški poimenovani s polnim imenom in priimkom, ženske pa le z imenom. Mojca Finc je rekla:

»Enkrat sem dobila elektronsko pošto, zakaj ženske v naslovih pišemo z imeni, moške pa s priimki. Čeprav vsaj jaz moške včasih zapišem tudi z vzdevkom. Primer je Damir Dugonjić, ko zapišem Dugi. To je povezano predvsem z dolžino priimka, ko je potrebno gledati na prostor, saj je pomembna vsaka črka. Verjetno je to povezano tudi s sklanjatvijo. Lepše se sliši: 'Je povedala Tina' kot pa 'Je povedala Mazejeva'. To se mi ne zdi diskriminacija.»

K tem besedam je nekaj misli dodal še Miha Hočevar:

»Morda ženske drugače poimenujemo, ker so tiste, o katerih veliko pišemo, precej podomačene med ljudmi. Če napišeš Tina, vsi vemo, da gre za Tino Maze. Lahko so celo večje zvezdnice, ker jih res vsi poznamo. Morda kdo vidi v tem znak nespoštovanja, toda meni se ne zdi. Definitivno ima pomembno vlogo tudi sklanjanje. To je povsem tehnični vidik. Sklanjatev priimkov žensk ne gre lepo v ušesa, pogostokrat tudi ne v naslov zaradi dolžine. Če jih naslavljamo z imenom, ne gre za nespoštovanje.»

V športnem dnevniku Ekipa imajo v vsaki številki na zadnji strani rubriko 'Bejba dneva', kjer je objavljena fotografija pomanjkljivo oblečene ženske. »Vmes smo jo že ukinili, a so jo bralci hoteli nazaj. Spraševali so, zakaj je nimamo več, ker jo hočejo spremljati. Očitno imamo toliko bralcev, ki radi vidijo lepo punco. Teh pritožb je bilo bistveno več od pričakovanj. Je pa res, da se nam vse bolj povečuje žensko bralstvo in smo že dobili kakšen klic, zakaj zadaj nimamo tudi kašnega postavnega fanta,« je povedal novinar Ekipe Jurij Završnik. O tem je spregovoril še urednik časopisa Goran Obrez:

»Verjetno bomo morali razmisliti, ali bi zraven dali enako rubriko z moškimi. Ko smo rubriko Bejba dneva že enkrat umaknili, so nas zasuli s pritožbami, da jo moramo

vrniti. Kljub temu imajo naše bralke veliko fotografij moških po celotnem časopisu. Ženske so tudi manj agresivne in jih takšne podrobnosti manj zmotijo. Vseeno Ekipe ni časopis, za katerega se bralci odločajo glede na vizualnost ljudi, o katerih poročamo. Bistvo je šport in uspešnost športnikov in športnic. Poudaril bi še to, da so tudi te ženske v rubriki Bejba dneva vedno povezane s športom. Mi ne objavljamo fotomodelov, ali kakšnih drugih žensk.»

Primerjavo po spolu je potrebno narediti tudi v produkciji novinarskih prispevkov. Med časopisi, ki so zajeti v raziskavi, ima Delo štiri ženske v športni redakciji, Ekipe dve in Dnevnik nobene. Završnik iz Ekipe pravi:

»Dejstvo je, da je ženskam morda težje, ker večkrat pokažejo svoja čustva in moraš z njimi delati malce bolj v rokavicah. Toda včasih ti ponudijo kakšen drug princip, ki ga ti kot moški ne vidiš. Marsikdaj ponudijo kakšno idejo za misliti. Včasih ženska in moški o isti stvari napišeta povsem drugačen tekst. Ženske pridejo tudi hitreje do stika s športniki, kar je med novinarji že preizkušeno. V mešani coni bo nek vrhunski športnik prej dal izjavo novinarki kot novinarju. Ženske v športni redakciji so dodana vrednost.»

Toda napak je misliti, da imajo ženske v športnem novinarstvu težave. Kvečjemu nasprotno. »Razlika je pri športnikih. Ker sem ženska, pri njih opazim večjo sproščenost. Lažje se odprejo in povedo več stvari. Še toliko bolj, če se malo nasmehneš. Najbolj se to opazi v mešanih conah, kjer se športnik hitreje ustavi pri novinarki kot novinarju. So prednosti, ker sem novinarka,« pravi Barbara Kavčič. Enako razmišlja Saša Verčič:

»Nikoli se nisem počutila neenakopravno. Kvečjemu se mi zdi, da mi ljudje hitreje skušajo pomagati. Če sva v novinarski sobi dve ženski med petdesetimi moškimi, mi kot ženski zagotovo prej priskočijo na pomoč, kot če bi bila moški. Pri športnikih sploh ni razlik. Njim je v interesu, da se pojavi v medijih in ne to, ali ga za izjavo prosi moški ali ženska. Nekdanji urednik me je denimo leta 2003 poslal za en teden v Čatež, od koder sem poročala o dogajanju v hrvaški nogometni reprezentanci. In tudi tam se mi je dogodilo, da so mi hrvaški novinarji takoj priskočili na pomoč, čeprav nogomet zame ni preveč poznano področje. Očitno gre pri tem za pozitivno diskriminacijo.»

Sogovornici izpostavljata, da v Sloveniji opazita več novinark v športu kot v tujini. »Precej je športnih novinark. Na teniškem turnirju v Portorožu nas je bilo skupno pet ženskih novinark iz različnih medijev, enako skoraj kot moških. Tudi na RTV je precej ženskih novinark, zato ženske nismo tako slabo zastopane. Včasih se pojavi celo opazka, da je slovensko športno novinarstvo preveč feminizirano,« je povedala Verčičeva. Ob teh besedah je Kavčičeva razmišljala še o materinstvu:

»Gre za zelo zahtevno službo, če želiš imeti otroke. Delo poteka popoldan in zvečer, skoraj nikoli ne veš, kdaj se ti bo dan končal, konci tedna so zasedeni... Precej žensk uživa v novinarstvu nekje do tridesetega leta, potem ko začnejo razmišljati o družini, pa gredo drugam. In tudi denarja je bistveno manj glede na količino dela in porabljeni čas. Za kakšen prispevek potrebuješ tudi po pet ali celo deset ur, da vse dobro premisliš.«

Poleg vprašanja o diskriminaciji pri novinarskih prispevkih, se je potrebno vprašati tudi o morebitni diskriminaciji znotraj športnega novinarstva. Svojo izkušnjo je opisala Mojca Finc:

»Ne vem, koliko je vplival spol, morda je bila zraven tudi mladost. Ko sem bila stara 17 let, sem delala na radiu, a me organizator ni spustil na tiskovno konferenco v Planici. Pustil me je pred vrati. Rekel je, da je omejeno število novinarjev. Dogodilo se mi je tudi, da sem klicala uveljavljenega bivšega trenerja, s katerim sem se pred tem večkrat pogovarjala, toda ob eni priložnosti je rekel: 'Kaj pa vi veste o športu? Edini, ki kaj ve, je vaš kolega.' So pa tudi nasprotni primeri, ko mi je kaj uspelo, ko komu drugemu ni. Ne vem pa, če je bilo to povezano s spolom. Spomnim se tudi prigode, ko smo pobirali izjave. Ko sem končala s svojim delom, je za menoj prišel moški novinar in je športniku dejal: 'Zdaj bova pa midva rekla eno po moško.' Kot da sem ga spraševala ženske stvari, čeprav ne vem, kaj bi to sploh lahko bilo.«

Manj izrazito prigodo ima Barbara Kavčič: »Kvečjemu gre bolj za to, da marsikdo misli, da sem mlajša, vsaj kakšnih sedem, osem let. No, izpostavila bi redarje pred dvorano. Čeprav pokažem novinarsko izkaznico, me čudno gledajo, kot da bi pričakovali hosteso in ne novinarko.«

7.5 Vloga medijev pri razlikah po spolu

Ključno vprašanje je, kaj bo prinesla prihodnost in kakšno vlogo imajo mediji. »Na te trende je potrebno opozarjati, a kaj veliko ne moremo narediti. Bralci, poslušalci in gledalci hočejo videti najbolj priljubljene. Če bo nekoč priljubljen ženski nogomet, ga bodo hoteli gledati. Mediji smo odvisni od ljudi, ki nas berejo, saj se preživljamo na trgu,« je prepričan Završnik.

Širši zorni kot je vzel Rožman:

»Nekateri se vso poklicno kariero držijo samo enega športa. Zaželeno je, da pogledajo tudi v druge športe in na druga področja. Takšen pogled lahko zelo pomaga pri njegovem delu. Spremljati mora stvari in se izobraževati, česar med športnimi novinarji ni. Marsikdo ne zna pogledati čez planke športnega sveta. In ravno na vrtičkih znotraj teh plank se ustvarja prostor za nastajanje stereotipov in predsodkov, kamor spadajo seksizem in tudi drugi -izmi, kot so nacionalizem, rasizem... Nekateri se tega niti ne zavedajo, saj ne razmišljajo dosti, ko pišejo. Med televizijskem prenosom lahko velikokrat slišimo, kako je na gol streljal temnopolti nogometaš. Ne vem, zakaj je treba izpostaviti temno polt, medtem ko nihče ne reče, da je streljal belopolti igravec. Gre za prikriti rasizem, saj nihče niti ne pomisli, da gre za problem. Podobna zgodba je poudarjanje, da nekateri nogometaši ne znajo dobro slovensko, predvsem tisti, ki so prišli iz drugih jugoslovanskih republik.«

Ena od dilem je tudi, ali se o ženskah manj poroča zato, ker ljudje raje prebirajo informacije o moških, ali preprosto zato, ker o ženskah niti ne morejo brati, ker mediji o njih ne poročajo. Obrez je povedal:

»Gre za začaran krog, ki ga mora nekdo pretrgati. To mora vedno storiti športnik. Lahko ga pretrga z uspešno marketinško ekipo, ki športniku omogoča boljše pogoje, s čimer pridejo boljši rezultati. Lahko izkoristi tudi svoj talent, kar prinese uspeh in boljše sponzorje in več denarja, s tem pa tudi boljše poročanje. Slovenija nedvomno ima športnice, ki pridejo do pozornosti s svojimi rezultati. Spet lahko naveden primer Tine Maze.«

Najdlje v prihodnost se je ozrl Hočevar: »Dejstvo je, da popolne enakopravnosti nikoli ne bo. Šport je še vedno zelo moški svet in to na vseh ravneh, od publike naprej. V športu bodo

moški vedno imeli pobudo, čeprav imajo ženske vse večjo vlogo, kar dokazuje tudi razvoj zgodovine. Nikakor pa ne bi bilo dobro, če bi enakopravnost želeli doseči na silo. Vsaka stvar potrebuje svoj čas, da se razvija.«

8 SKLEP

V magistrski nalogi je bilo vključenih 412 prispevkov, ko sem raziskoval vlogo spola v novinarskih prispevkih v rubriki šport v slovenskih časopisih Delo, Dnevnik in Ekipa. Od tega jih je 312 poročalo le o moških, kar znaša 78 odstotkov vseh prispevkov. Ženskam je bilo namenjenih 45 prispevkov, kar je enajst odstotkov, oba spola hkrati sta se pojavila v 46 prispevkih, kar je prav tako enajst odstotkov.

Ti podatki jasno kažejo, da je v časopisih Delo, Dnevnik in Ekipa prevladoval moški spol, s čimer se slovenski medijski prostor ne razlikuje bistveno od drugih držav, kjer so že raziskovali vlogo spola v novinarskih prispevkih, kar sem ugotovil ob pregledu tuje literature.

Še bolj podrobni rezultati razkrivajo, da je med športi občutno prevladoval nogomet s 108 prispevki, kar je več kot četrtina (26 odstotkov). Kljub temu so se zgolj v enem prispevku pojavile nogometašice. Skupno je bilo obravnavanih 32 športov, zraven pa sem vključil še olimpizem in komentarje, ki so obravnavali splošno tematiko. Tako je med 34 različnimi kategorijami moški spol prevladoval v kar dvajsetih. Od tega je bilo štirinajst kategorij, kjer so bili omenjeni zgolj moški. To so boks, FFC (borilni šport), dvoranski nogomet, formula 1, hokej na ledu, in-line hokej, kolesarstvo, motociklizem, nordijska kombinacija, olimpizem, reli, spidvej, ulična košarka in veslanje. Ženske so bile vsaj enkrat omenjene v dvajsetih različnih kategorijah (od 34). Od vseh športov sta zgolj alpsko smučanje in gorsko kolesarstvo takšna, kjer je bila večina prispevkov namenjena ženskam. Gorsko kolesarstvo je tudi edini šport, kjer ni bil omenjen noben moški.

V slovenskih časopisih je bil opazen še en trend, ki je enak kot v tujini – o ženskah v športu se več poroča v času olimpijskih iger. V analiziranem obdobju so namreč potekale zimske olimpijske igre v Sočiju. V kolikor je bil skupni delež prispevkov o moških 78-odstoten, je bil med olimpijskimi igrami 57-odstoten. Skupni delež prispevkov o ženskah je bil 11-odstoten, toda v času olimpijskih iger je narasel na 30 odstotkov.

Toda pri obravnavi spola je bilo potrebno analizirati tudi vsebino novinarskih prispevkov. S kritično diskurzivno analizo (KDA) sem našel precej razlik po spolu. Denimo pri košarki je bilo v nadnaslovu pri moških zapisano le »*Košarka*«, pri ženskah »*Ženska košarka*«. Enako velja za nogomet in smučarske skoke, kjer je opazna tudi občutna razlika v dolžini novinarskih prispevkov. Za moške je bilo namreč v istem športu namenjeno tudi do 6-krat več prostora. Na drugi strani so športi (rokomet, tenis, alpsko smučanje), kjer razlik v naslavljanju praktično ni. Tipičen primer spolnega razlikovanja v novinarskih prispevkih o športu je tudi izpostavljanje partneric moških športnikov, pri ženskah športnicah pa izpostavljanje zasebnosti in poudarjanje ženske plati, kot je materinstvo. Stalna praksa v novinarskih prispevkih je poudarjanje stereotipnih značilnosti spolov. Moški so močni, ženske lepe. Najbolj številne razlike med ženskami in moškimi se opazni pri naslavljanju. Ženske se namreč pogostokrat zapiše le z imenom, medtem ko so moški večkrat poimenovani po priimku ali polnem imenu in priimku.

V razpravi z uredniki in novinarji Dela, Dnevnika in Ekipe sem nato ugotovil, da spolno neenakost opazijo tudi ključni odločevalci pri nastajanju novinarskih vsebin. Izpostavili so, da obstajajo razlike pri poročanju o ženskah med individualnimi in kolektivnimi športi, da prihajajo na površje športi, kjer se povečuje pozornost ženskam, še posebej so izpostavili tenis. Pri rešitvi, kako več poročati o ženskah, so se skoraj vsi sogovorniki strinjali, da je v ospredju športni uspeh in tržana vrednost. Če bodo ženske torej uspešnejše, se bo o njih več pisalo. Prav tako smo prišli do ugotovitve, da spolne enakopravnosti v športu verjetno nikoli ne bo, čeprav bodo ženske imele vse večjo vlogo, kar dokazuje tudi razvoj zgodovine, saj je tudi na olimpijskih igrah vedno več žensk.

Raziskava v tej magistrski nalogi bi lahko dala še podrobnejše rezultate, v kolikor bi v razširjeni obliki analiziral več dnevnih številčk časopisov v daljšem časovnem obdobju. Najbolj podrobne ugotovitve bi lahko dobil, če bi na dnevni bazi analiziral novinarske prispevke o športu za obdobje štirih let, kolikor je dolg posamezen olimpijski cikel. Tako bi lahko zajel poletne in zimske olimpijske igre ter tudi svetovno in evropsko nogometno prvenstvo, ki so štirje največji športni dogodki. Kljub temu je bil v danih razmerah vzorec precej realen, saj sem v obravnavi zajel ponedeljkove izdaje v obdobju šestih mesecev, ko imajo časopisi Delo, Dnevnik in Ekipe največ prostora za šport in je obravnavanih največ različnih športov.

Raziskava v tej magistrski nalogi odpira tudi številna nova področja, ki jih velja raziskati v prihodnosti. Denimo, kakšna je vloga spola v novinarskih prispevkih na drugih področjih – v politiki, gospodarstvu, kroniki, kulturi, družabni kroniki... Prav tako se lahko raziskavo razširi na druge medije – televizijo, radio, revije, internet... Posebno raziskavo bi se lahko naredilo tudi v časopisih, ko bi se obravnavalo le fotografije. Nihče do sedaj ni niti raziskoval, kako se poročanje o spolu v novinarskih prispevkih v rubriki šport spreminja skozi čas. Tako bi lahko primerjali poročanje o spolu v 80-ih in danes, ali pa za kakšno drugo obdobje.

Zanimivi bi bili tudi rezultati, če bi raziskavo s poglobljenimi intervjuji razširili na športnike, bralce in predstavnike za stike z javnostmi. Torej, kako športniki in športnice vidijo sebe v novinarskih prispevkih, ali jih moti, da je kdaj v naslovih samo njihovo ime, ne pa tudi priimek, in ali se strinjajo, koliko pozornosti dobi njihov športni dosežek v primerjavi z njihovim videzom ali zasebnim življenjem. Enako velja za bralce. Lahko bi ugotovili, kaj jih dejansko pritegne, ko se opisuje moške in ženske v športu. Ali je res, da raje berejo o moških kot o ženskah? In da jih zanimajo samo uspehi? Vse to so dileme in vprašanja, ki bi jih lahko preiskovali v prihodnosti.

9 LITERATURA

1. Aaker, David A., V. Kumar in George S. Day. 1998. *Marketing Research*. New York: John Wiley & Sons Inc.
2. Adams, Terry in C. A. Tuggle. 2004. ESPN's SportsCenter and coverage of women's athletics: It's a boy's club. *Mass communication & society* 7 (2): 237–248.
3. Andolšek, Miha. 2014. Tam, kjer šteje. *Ekipa* (5. maj).
4. Andrews, Phil. 2005. *Sports journalism: A practical guide*. London: Sage.
5. Angelini, James R., Paul J. MacArthur, Andrew C. Billings. 2012. What's the gendered story? Vancouver's prime time olympic glory on NBC. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 56 (2): 261–279.
6. Arksey, Hilary in Peter T. Knight. 1999. *Interviewing for Social Scientists*. London: Sage.
7. ARO. 2014. Na finalu brez motivacije, prihodnost negotova. *Dnevnik* (17. marec).
8. Beck, Daniel in Louis Bosshart. 2003. Sports in media. Centre for the study of communication and culture. *Communication research trends* 22 (4).
9. Benet-Weiser, Sarah. 2004. Girls rule!: Gender, feminism and Nickelodeon. *Critical studies in media communication* 21 (2): 119–139.
10. Berent, Paul. 1966. The Depth Interview. *Journal of Advertising Research* 6 (2): 32–39.
11. Billings, Andrew C., Jamer R. Angelini, Andrea Holt Duke. (2010). Gendered profiles of Olympic history: Sportscaster dialogue in the 2008 Beijing olympics. *Journal of broadcasting & electronic media* 54 (1): 9–23.
12. Bishop, Ronald. 2003. Missing in action: Feature cover age of women's sports in Sports Illustrated. *Journal of sport and social sssues* 27 (2): 184–194.

13. Boyle, Raymond. 2006. *Sports journalism: Context and issues*. London: Sage.
14. Bourdieu, Pierre. 2001. *Na televiziji*. Ljubljana: Knjižna zbirka Krt.
15. Bryant, J. 1980. A two-year selective investigation of the female in sport as reported in the paper media. *Arena Review* 4: 32–44.
16. Bryson, Lois. 1990. *Challenges to the male hegemony in sport*. V Michael Messner in Don Sabo *Sport, men and the gender order: Critical feminist perspectives*. 173–184. Human Kinetics, Champaign, IL.
17. Brozovič, Eduardo. 2014. Po odličnem EP skok na vlak sprememb. *Delo* (9. junij).
18. Buck, Tobias. 2015. Brand Maria Sharapova. FT Magazine. Dostopno prek: <http://www.ft.com/cms/s/2/9ac7fc42-ff37-11e4-84b2-00144feabdc0.html> (25. september 2015).
19. Christians, Clifford G., Kim B. Rotzoll, Mark Fackler, Kathy Brittain McKee, Robert H. Woods Jr. 2005. *Media ethics. Cases and moral reasoning*. New York: Pearson education.
20. Christopherson, Neal, Michelle Janning in Eileen D. McConnell. 2002. Two kicks forward, one kick back: A content analysis of media discourses on the 1999 women's world cup soccer championship. *Sociology of sport journal* 19 (2): 170–188.
21. Cooper, Ron A. in Tony J. Weekes. 1983. *Data, models, and statistical analysis*. Totowa, New Jersey: Barnes & Noble Books.
22. Cooper, Roger in Tang Tang. 2012. Gender, sports, and new media: Predictors of viewing during the 2008 Beijing Olympics. *Journal of broadcasting & electronic media* 56 (1): 75–91.
23. Crossman, Jane, John Vincent in Harriet Speed. 2007. The times they are a-changin': gender comparisons in three national newspapers of the 2004 Wimbledon championships. *International review for the sociology of sport* 42 (1): 27–41.

24. Crolley, Liz in Elena Teso. 2007. Gendered narratives in Spain: The representation of female athletes in Marca and El País. *International review for the sociology of sport* 42 (2): 149–166.
25. Čas, Nataša. 2005. *Percepcija žensk v »moških« športih*. Diplomsko delo: Fakulteta za družbene vede.
26. Daddario, Gina. 1994. Chilly scenes of the 1992 Winter games: The mass media and the marginalization of female athletes. *Sociology of sport journal* 11: 275–288.
27. Divac, Vito. 2014a. Vonj po kolajnah je v Sočiju najmočnejši kot kadar koli. *Delo* (6. februar).
28. --- 2014b. Ekipa bo najboljša – kot vselej. *Delo* (17. marec).
29. --- 2014c. Svojega življenja ne bo ogrozil zaradi športa. *Delo* (17. marec).
30. Doupona Topič, Mojca. 2004. *Ženske in šport*. Ljubljana: Fakulteta za šport.
31. --- 2010. *Objektivnost v športnem novinarstvu*. Ljubljana: Fakulteta za šport.
32. Duncan, Margaret Carlisle. 1990. Sports photographs and sexual difference: Images of women and men in the 1984 and 1988 Olympic games. *Sociology of sport journal* 7: 22–43.
33. Duncan, Margaret Carlisle in Michael A. Messner. 1998. *The media image of sport and gender*. V Lawrence A. Wenner, *MediaSport*, 170–185. London: Routledge.
34. Eastman, Susan T. in Andrew C. Billings. 1999. Gender parity in the Olympics: Hying women athletes, favoring men athletes. *Journal of sport & social issues* 23 (2): 140–170.
35. Eastman, Susan T. in Andrew C. Billings. 2000. Sportscasting and sports reporting: The power of gender bias. *Journal of sport & social issues* 24 (2): 192–213.

36. Eastman, Susan T. in Andrew C. Billings. 2001. Biased voices of sports: Racial and gender stereotyping in college basketball announcing. *Howard journal of communication* 12 (4): 183–204.
37. Edward, Ted M. Kian. 2007. Gender in sports writing by the print media: An exploratory examination of writer's experiences and attitudes. *The Smart Journal* 4 (1): 5–26.
38. *Ekipa*. 2014a. Poplava nagic. Čez 2000 (10. februar).
39. --- 2014b. Odločilni dnevi (9. junij).
40. --- 2014c. Še 15 kandidatov (9. junij).
41. Erjavec, Karmen. 1998. *Koraki do kakovostnega novinarskega prispevka*. Ljubljana: Jutro.
42. Erjavec, Karmen in Melita Poler Kovačič. 2007. *Kritična diskurzivna analiza novinarskih prispevkov*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
43. Fairclough, Norman. 1995. *Critical discourse analysis: The critical study of language*. New York: Longman publishing.
44. Frisch, Elanor. 2014. State sexual harassment definitions and disaggregation of sex discrimination claims. *Minnesota law review* 98 (5): 1943–1979.
45. Gabrijelčič, Tina. 2005. *Pojav spolnih stereotipov znotraj športnega sistema*. Diplomsko delo: Fakulteta za družbene vede.
46. Ganz, Walter. 1991. Men, women, and sports: Audience experiences and effects. *Journal of broadcasting & electronic media* 35 (2): 233–243.
47. George, Christeen, Andrew Hartley, Jenny Paris. 2001. The representation of female athletes in textual and visual media. *Corporate communications: An international journal* 6 (2): 94–101.

48. Gunther, Amanda, Daniel Kautz, Allison Roth. 2011. The credibility of female sports broadcasters: The perception of gender in a male-dominated profession. *Human communication. A publication of the pacific and asian communication association* 14 (2): 71–84.
49. Hardin, Marie. 2005. Survey finds boosterism, freebies remain problem for newspapers sports departments. *Newspaper researsch journal* 26 (1): 66–72. Dostopno prek: <http://connection.ebscohost.com/c/articles/16744478/survey-finds-boosterism-freebies-remain-problem-newspaper-sports-departments> (13. maj 2014).
50. Hardin, Marie in Stacie Shain. 2005. Strength in numbers? The experiences and attitudes of women in sports media careers. *Journalism & mass communication quarterly* 82 (4): 804–819.
51. Hardin, Marie, Bu Zhong in Erin Whiteside. 2009. Sports coverage: »Toy department« or public-service journalism? The relationship between reporters' ethics and attitudes toward the profession. *International journal od sport communication* 2: 319–339.
52. Herrbach, Olivier in Karim Mignonac. 2012. Perceived gender discrimination and women's subjective career success: The moderating role of career anchors. *Departement des relations industrielles, Universite Laval* 67 (1): 25–50.
53. Higgs, Catriona T. in Karen H. Weiller. 1994. Gender bias and the 1992 summer olimpic games: an analysis of television coverage. *Journal of sport & social issues* 18 (3): 234–246.
54. Hodkinson, Paul. 2011. *Media, culture and society*. An introduction. London: Sage.
55. Iorio, Sharon Hartin. 2004. *Qualitative research in journalism: taking it to the streets*. New Yersey: Wichita State University.
56. Klein, M.L. 1988. God and games in modern culture. *The world and I* 3: 561–571.
57. Knight, Jennifer L. in Traci A. Giuliano. 2001. He's a laker, she's a "looker": The consequences of gender-stereotypical portrayals of men and women athletes by the print media. *Sex roles: A journal of research* 45 (3/4): 217–230.

58. Knoppers, Annelies in Agnes Elling. 2004. We do not engage in promotional journalism. *International review for the sociology of sport* 39 (1): 57–73.
59. Kodeks novinarjev Republike Slovenije. Dostopno prek: http://www.razsodisce.org/razsodisce/kodeks_ns_txt.html (14. maj 2014).
60. Košir, Manca in Mitja Čepič. 2004. *Kdo govori v intervjujih slovenskega tiska?* V Melita Poler Kovačič in Monika Kalin Golob, *Poti slovenskega novinarstva danes in jutri*, 33–52. Ljubljana: FDV.
61. Kovalchik, Stephanie. 2012. Men's records and women's: are the women better already. Moving towards a gender-neutral Olympics. *Significance, special issue: Olympics* 9 (2): 18–23.
62. Kresnik, Dejan. 2014. Bojan Tokič ne vidi kakšne posebno bleščeče prihodnosti. *Dnevnik* (5. maj).
63. KU. 2014. Na vrhu Triglava. *Ekipa* (17. marec).
64. Lee, J. 1992. Media portrayals of male and female olympic athletes: Analysis of newspaper accounts of the 1984 and 1988 Summer games. *International review for the sociology of sport* 27 (3): 197–221.
65. Lever, Janet in Stanton Wheeler. 1984. The Chicago tribune sports page: 1900-1975. *Sociology of sport journal* 1 (4): 299–313.
66. Ličen, Simon. 2011. *Televizijsko športno komentatorstvo: Športni prenosi na slovenski javni televiziji*. Doktorska disertacija: Fakulteta za družbene vede.
67. Lindner, Katharina. 2012. Women's boxing at the 2012 Olympics: gender trouble? *Feminist media studies* 12 (3): 464–467.
68. Low, Jason in Peter Sherrard. 1999. Portrayal of women in sexuality and marriage and female textbooks: A content analysis of photographs from the 1970s to the 1990s'. *Sex Roles* 40: 309–318.

69. Lumpkin, Angela in Linda D. Williams. 1991. An analysis of Sport Illustrated feature articles, 1954–1987. *Sociology of sport journal* 8 (1): 16–32.
70. MacKay, Steph in Christine Dallaire. 2009. Campus newspaper coverage of varsity sports: Getting closer to equitable and sports-related representations of female athletes? *International review for the sociology of sport* 44 (1): 25–40.
71. Martin, Shannon E. in David A. Copeland, ur. 2003. *The function of newspapers in society: A global perspective*. Westport: Praeger publishers.
72. Mastro, Dana, Anita Atwell Seate, Erin Blecha, Monica Gallegos. 2012. The wide world of sports reporting: The influence of gender- and race-based expectations on evaluations of sports reporters. *Journalism & mass communication quarterly* 89 (3): 458–474.
73. Mean, Lindsey. 2001. Identity and discursive practice: doing gender on the football pitch. *Discourse and society* 12 (6): 789–814.
74. Messner, Michael. 1989. Masculinities and athletic careers. *Gender and society* 3 (1): 71–88.
75. Messner, Michael A. in Cheryl Cooky. 2010. Gender in televised sports: news and highlights shows, 1989–2009. Los Angeles, CA: Center for feminist research, University of Southern California. Dostopno prek: <http://www.usc.edu/dept/cfr/html/home.htm> (10. februar 2014).
76. M. F. 2014a. Z normo za OI le Valenčič in Kranjec. *Delo* (6. januar).
77. --- 2014b. Špik nezadovoljen, a potrpežljiv. *Delo* (28. april).
78. Miloch, Kimberly, Paul Mark Pedersen, Michael Smucker in Warren Whisenant. 2005. The current state of women print journalists: An analysis of the status and careers of females in newspapers sports departments. *Public organization review* 5 (3): 219–232.
79. Močnik, Metod. 2014. *Zadnji strel preprečil ponovitev sanjskega scenarija iz Sočija*. Dnevnik (17. marec).

80. MUK. 2014. Vrnili z obrestmi. *Ekipa* (5. maj).
81. Okorn, Jože. 2014. Kolajno dojema kot delovni dan v pisarni. *Dnevnik* (17. marec).
82. Osebna izkaznica Dnevnika. Dostopno prek: <http://www.dnevnik.si/druzba-dnevnik/o-druzbi/osebna-izkaznica> (31. maj 2014).
83. Pape, Susan in Sue Featherstone. 2005. *Newspaper journalism – a practical introduction*. Los Angeles: Sage publications.
84. Pavšin, Nada. 2003. *Samopredstavitev slovenskih vrhunskih športnic v tisku*. Diplomsko delo: Fakulteta za družbene vede.
85. Pihlar, Tanja. 2007. Publikacija o ženskah, staranju in zdravstvenem stanju. Who. A framework for action: Focus on gender. Geneva.
86. Pocak, Tamara. 2014. Ni dekleta, ki bi naju lahko ločilo. *Ekipa* (9. junij).
87. Poler Kovačič, Melita. 2004a. Novinarska (iz)virnost. *Novinarji in njihovi viri v sodobni slovenski družbi*. Ljubljana: Založba FDV.
88. Poler Kovačič, Melita. 2004b. *Podobe (slovenskega) novinarstva: o krizi novinarske identitete*. V Melita Poler Kovačič in Monika Kalin Golob, *Poti slovenskega novinarstva danes in jutri*, 33–52. Ljubljana: FDV.
89. Poler Kovačič, Melita in Vesna Laban. 2009. Journalism education in Slovenia. Editors' views on the stereotyping of journalism graduates as incompetent theorists and socio-political workers. *Journalism practics* 3 (1): 92–107.
90. Poler Kovačič, Melita in Karmen Erjavec. 2011. *Uvod v novinarstvo*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
91. Poler Kovačič, Melita, Karmen Erjavec, Katarina Štular. 2011. Unlabelled advertorials in Slovenian life-style press: a study of the promotion of health products. *Communication and medicine* 8 (2): 159–170.
92. Porenta, Janez. 2014a. Telo takšnega ritma pač ne zmore več. *Delo* (5. maj).

93. --- 2014b. Tokičeva poškodba odnesla vrnitev v elito. *Delo* (5. maj).
94. Pozner, Jennifer. 2006. Media discrimination begets biased content. *Women's review of books* 23 (3): 4.
95. PS. 2014. Vedel, koliko bo treba. *Ekipa* (9. junij).
96. R. 2014. Beltinčanke z dvojno krono. *Ekipa* (9. junij).
97. Rintala, Jan in Susan Birrell. 1984. Fair treatment for the active female: a content analysis of Young Athlete magazine. *Sociology of sport journal* 1 (3): 231–250.
98. Rowe, David. 2004. *Sport, culture and the media: The Unruly trinity* (2nd ed.). Maidenhead: Open University Press.
99. Rowe, David. 2007. Sports journalism: Still the 'toy department' of the news media? *Journalism* 8 (4): 385–405.
100. RP. 2014a. Prehľad preprečil več. *Ekipa* (6. januar).
101. --- 2014b. Anssi za zgodovino, Peter za stik z vrhom. *Ekipa* (6. januar).
102. --- 2014c. Črnogorke dotolčene, navijači pretepeni. *Ekipa* (5. maj).
103. --- 2014č. Prek višje sile ni šlo. *Ekipa* (5. maj).
104. Sabo, Don in Sue Curry Jansen. 1998. Chapter 13: Prometheus unbound: Constructions of masculinity in the sports media. *Media Sport* 16: 202–217.
105. Sanders, Karen. 2003. *Ethics and journalism*. Los Angeles: Sage Publications.
106. Schwartz, Joseph. 2011. Whose voices are heard? Gender, sexual orientation and newspaper sources. *Sex roles* 64 (3): 265–275.
107. Sheridan Burns, Lynette. 2002. *Understanding journalism*. London: Sage publications.
108. Slovenska oglaševalska agencija. Dostopno prek: http://www.soz.si/projekti_soz/preglednica_revidiranih_prodanih_naklad/?houses%5B

%5D=5&magazine%5B%5D=22&time%5B%5D=2014-01-012014-03-31&rpn_type%5B%5D=1&rpn_type%5B%5D=2&rpn_type%5B%5D=4&submitType=Prika%BEi+podatke+po+filtrih#result (31. maj 2014).

109. Smith, Garry. 1976. A Study of a sports journalist. *International review for the sociology of sport* 11 (1): 5–26.
110. STA. 2014. Tri med deseterico. *Ekipa* (6. januar).
111. STA in SŽ. 2014. Ceraju se je še četrtič zalomilo. *Dnevnik* (28. april).
112. Steiner, Linda. 2012. Failed theories: Explaining gender difference in journalism. *The review of communication* 12 (3): 201–223.
113. Stephen, Peter in Susan Hornby. 1995. The joys of statistics. *Library review* 44 (8): 56–62.
114. Stokes, Jane. 2003. *How to do media & cultural studies*. London: SAGE.
115. Suhadolnik, Jernej. 2014. Iličiča vzel v bran tudi predsednik. *Delo* (5. maj).
116. S. V. 2014a. Nadal nič več gospod April. *Delo* (28. april).
117. --- 2014b. Od krave na ledu do peščene kraljice. *Delo* (9. junij).
118. Šemrov, Uroš. 2014. Elita zbrana v Tokiu, nekdanjem zlatem jugoslovanskem hramu. *Dnevnik* (28. april).
119. Š. RO. 2014. Tanja že v ritmu lanske sezone. *Delo* (28. april).
120. The Sochi 2014 Olympics: A gender equality audit from the centre for sport policy studies. The Editor. Dostopno prek: <http://idrottsforum.org/the-sochi-2014-olympics-a-gender-equality-audit-by-the-centre-for-sport-policy-studies-csps-university-of-toronto/> (10. december 2015).
121. Theberge, Nancy in Alan Cronk. 1986. Work routines in newspaper sports department and the coverage of women's sports. *Sociology of sport journal* 3: 195–203.

122. T. V. 2014a. Trener jezno pihal, ker še ni stopničk. *Delo* (6. januar).
123. --- 2014b. Ni izgubil deških potez, a je odločnejši. *Delo* (17. marec).
124. --- 2014c. Odslej bo vse še veliko težje. *Delo* (9. junij).
125. Uredništvo Ekipe. Dostopno prek: <http://www.ekipa.org/urednistvo/> (31. maj 2014).
126. Urh, Špela. 2011. Etičnost in spol – položaj Rominj v zasebnem in javnem prostoru. *Socialno delo* 50 (6): 357–367.
127. Urošević, Siniša. 2014. Nekoč coprnice, zdaj pa ris. *Delo* (28. aprila).
128. Urquhart, Jim in Jane Crossman. 1999. The globe and mail coverage of the winter olympic games. *Journal of sport and social issues* 23 (2): 193–203.
129. Van Sterkenburg, Jacco in Annelies Knoppers. 2004. Dominant discourses about race/ethnicity and gender in sport practice and performance. *International review for the sociology of sport* 39 (3): 301–321.
130. Vezovnik. Andreja. 2009. *Diskurz*. Ljubljana: Založba FDV.
131. Vincent, John, Charles Imwold, Vandra Masemann and James T. Johnson. 2002. A comparison of selected 'serious' and 'popular' British, Canadian, and United States newspaper coverage of female and male athletes competing in the centennial Olympic Games: Did female athletes receive equitable coverage in the 'Games of the women'? *International review for the sociology of sport* 37 (3–4): 319–335.
132. Vizitka Dela. Dostopno prek: <http://dd.delo.si/vizitka> (31. maj 2014).
133. Volarič, Tanja. 2014. Načrti so se mu sfižili že sredi globoke zime. *Delo* (5. maj).
134. Von der Lippe, Gerd. 2002. Media image: Sport, gender and national identities in five european countries. *International review for the sociology of sport* 37 (3–4): 371–395.

135. Von der Lippe, Gerd. 2008. Female football players don't have balls. *Eurozine*. Dostopno prek <http://www.eurozine.com/articles/2008-06-05-lippe-en.html> (15. januar 2014).
136. Vrabec, Aljaž. 2014. Dolge noge, svetli lasje in številne zmage. *Dnevnik* (9. junij).
137. Wallis, Cara. 2010. Performing gender: A contest analysis of gender display in music videos. *Sex roles* 64 (3): 160–172.
138. Wensing, Ed in Terri Bruce. 2003. Bending the rules: Media representations of gender during an international sporting event. *International review for the sociology of sport* 38 (4): 387–396.
139. Willis, Gordon B. 1999. *Cognitive interviewing a "How to" guide*. Predstavitev na letnem srečanju Ameriške statistične zveze (ASA). Research Triangle Institute. Dostopno prek: <http://www.uiowa.edu/~c07b209/interview.pdf> (20. januar 2013).
140. Wijlaars, Linda. 2012. It's a man's world: gender imbalance in sports reporting. *Significance Magazine*. Dostopno prek: <http://www.significancemagazine.org/details/webexclusive/3805661/Its-a-mans-world-gender-imbalance-in-sports-reporting.html> (10. januar 2013).
141. Women in olympic movement. 2013. *Factsheet*. Dostopno prek: http://www.olympic.org/Documents/Reference_documents_Factsheets/Women_in_Olympic_Movement.pdf (31. maja 2014).
142. Woolard, H. Frank. 1983. *A content analysis of women's and girls' sports articles in selected newspapers*. Unpublished master's project. University of Iowa.
143. Zalokar, Peter. 2014. Po Tislju spet Bonova ali prvič Bregar? *Delo* (17. marec).
144. Zajec, Živa. 2007. *Primerjava marketinške zanimivosti moškega in ženskega športa*. Diplomsko delo: Fakulteta za družbene vede.

145. *Zakon o enakih možnostih žensk in moških (ZEMŽM)*. Ur. l. RS 59/2002. Dostopno prek: http://zakonodaja.gov.si/rpsi/r08/predpis_ZAKO3418.html (11. januar 2013).
146. Završnik, Jurij. 2014a. Slabše ne more biti. *Ekipa* (6. januar).
147. --- 2014b. Nole v škripcih. *Ekipa* (5. maj).
148. --- 2014c. Še naj klečijo pred njim. *Ekipa* (9. junij).
149. --- 2014č. Zmagala z močjo volje. *Ekipa* (9. junij).
150. Zhang, Juyan in Glen T. Cameron. 2003. International media relations on behalf of foreign county. *Conference papers – International communication association*: 1–36. Dostopno prek: http://convention2.allacademic.com/one/www/www/index.php?cmd=www_search&ofset=0&limit=5&multi_search_search_mode=publication&multi_search_publication_fulltext_mod=fulltext&textfield_submit=true&search_module=multi_search&search=Search&search_field=title_idx&fulltext_search=International+media+relations+on+behalf+of+foreign+countries%3A+A+conceptualization+and+operationalization (13. maj 2014).

PRILOGE

Priloga A: Intervju Matej Štakul

Ali kot urednik gledate na spol športnikov in športnic?

Ja, saj je razlika velika. Ženskam posvečamo manj pozornosti, predvsem v moštvenih športih. Nogometa za ženske nimamo, enako košarke. Izjema je bil rokomet preko Krima. V medije je prišel, ker so novinarjem plačali potovanja na tekme. Na takšen način so kupovali medijski prostor. Zdaj je recesija, zato tega ni več.

Potem je boljše v posamičnih športih?

Zagotovo. O Tini Mazi smo ogromno pisali, pred tem tudi o Jolandi Čeplak. Velika razlika je med moštvenimi in individualnimi športi. Toda na takšno situacijo vpliva tudi omejen prostor v dnevnem časopisu.

Se tega med delom zavedate?

Vsekakor. Toda če imaš dobro zgodbo o moškemu in dobro zgodbo o ženski, boš dal prednost moškemu. Ženske pogostokrat obravnavamo skoraj kot mladinski šport, kar je včasih napaka. Medije spremljajo tudi mladi, ki bi radi brali o svojih vrstnikih. Pisali smo, da je bila slovenska rokometna reprezentanca na drugem mestu na svetovnem prvenstvu, a če bi bili peti, zagotovo ne bi.

Potem se tudi o ženskah več piše šele ob uspehih?

Ja, primera sta Tina Maze, tudi Tanja Žakelj in Blaža Klemenčič pri gorskem kolesarstvu, Sara Isaković pri plavanju... Kljub vsemu je večja možnost, da pride v ospredje športnica v individualnem športu, kjer je lažje priti v medije. Pri moštvenem športu se sploh ne spomnim, kdaj bi bil naš novinar na tekmi nogometa in košarke, ko igrajo ženske. Podobno stanje je v skoraj v vseh medijih, izjema je morda RTV kot nacionalni medij, ki več pokriva moštvene športe za ženske.

Ste kdaj razmišljali o spremembi?

Pred leti smo uvedli tedensko rubriko Na obisku, v kateri smo pisali o športnikih, ki drugače nimajo priložnosti, da bi prišli na športne strani časopisa. Že v osnovi se dela veliko selekcijo med športi. Po občutku bi rekel, da redno pišemo o največ desetih športih. Preko te rubrike smo želeli na mesec predstaviti vsaj štiri športnike, o katerih sicer ne pišemo. V to kategorijo spadajo potem tudi ženske in mladoletni športniki. Ali je to dovolj ali ne, je pa druga zgodba. Težko se bo kaj spremenilo. Vprašanje je, ali bo v prihodnje kakšna raziskava branosti pokazala, da želijo ljudje več brati o ženskah.

Ljudje berejo tisto, kar jim ponudijo mediji, ali mediji pišejo o tem, kar želijo ljudje?

Gre za začaran krog. Potem bi se morali namerno opredeliti, da pišemo več o ženskah. Recimo zdaj je v ospredju odmevna zgodba pri nogometnem klubu Maribor, ki je iskal novega trenerja. Veliko tveganje bi bilo, če bi takrat pisalo o športnici, četudi bi bila zanimiva zgodba, ne pa o Mariboru in trenerju. Problem je prostor in novinarji. Če bi imeli več prostora in več novinarjev, potem bi lahko pisali o več različnih stvareh.

Se lahko še malo vrnemo k rokometu? Zakaj je pri ženskah bolj v ospredju kot denimo nogomet in košarka?

Začelo se je pred dvajsetimi leti, ko so novinarje pošiljali tudi v tujino. Ker je bilo vse zastonj so šli zraven, s čimer se je razvila baza novinarjev, ki so pisali tudi o ženskem rokometu. Zato se je začelo pisati o ženskem rokometu, kar je postalo nekaj samoumevnega. Če bi bilo enako v drugih športih, bi se dogodila podobna zgodba. Toda nekdo mora s tem začeti. Če bi dal na našem časopisu predlog službene poti, da gremo v Bremen na nogometno tekmo žensk med Werderjem in Puconci, bi me zagotovo vprašali, če sem nor. Klubi na drugi strani nimajo denarja, da bi plačali pot še novinarjem. V rokometu je ta denar takrat bil, zraven je bil še uspeh, saj ženski rokomet ni drag šport za investiranje.

Potem bi ljudje spremljali ženski nogomet ali košarko, če bi se o tem pisalo?

Ljudi najbolj privlači rezultat. Če bi v Sloveniji imeli vrhunsko žensko ekipo v nogometu, ki bi se borila za evropski vrh, sem prepričan, da bi novinarji o tem pisali in da bi ljudje o tem brali. Podobno je zdaj z ženskim gorskim kolesarstvom. Brez uspehov dveh Slovenk o tem

športu ne bi nihče bral. Za gorsko kolesarstvo imamo tudi novinarja, ki je za ta šport specializiran in se zanj zanima. Za judo ga denimo nimamo, čeprav gre za šport, kjer imajo Slovenci uspehe, predvsem ženske. Če nas ni na prvenstvu, potem o njem ne moremo poročati.

Ima kapital glavno besedo?

Brez denarja ne moreš priti nikamor. Vsak prenos na televiziji je potrebno plačati. Če ni nekoga z interesom, ki bi plačal prenos, potem tega športa ni. Začaran krog. Cel kup je tudi športov, kjer niti uspeh ni zagotovilo za medijsko pozornost. V balinanju ima Slovenija vrhunske posameznike, a se skoraj nikjer ne pojavljajo.

Kaj pa vsebina? Dovolite, da se zapiše, da je športnica lepotica?

Na takšne stvari nisem preveč pozoren, ker se mi niti ne zdijo pomembne. Včasih se omeni, da je kdo simpatičen, lep ali postaven, čeprav tega ni veliko. Gre bolj za osebni stil novinarja. Večina novinarjev v športu je moških. In morda zato o ženskah pišejo drugače kot bi ženske. Nikakor pa ne sme biti grdih opazk, ki so žaljive.

Kako je z izborom fotografij? Pri odbojki na mivki se mnogokrat objavijo fotografije ženske zadnjice?

Meni se ne zdijo sporne. Nekateri so bolj papeški od papeža. Zdaj je dosegljivo vse možno, tudi pornografski kanali, v časopisu pa naj ne bi smeli objaviti fotografije, kjer se vidi malo več zadnjice. Odbojkarice na mivki so denimo zelo malo oblečene.

Toda še vedno igrajo zaradi športnega uspeha in ne zaradi razkazovanja telesa.

Ampak še vedno moraš tudi poskrbeti, da se mediji prodajajo. Tudi športnice imajo nekaj od tega. Če se pojavijo vsak dan v časopisu, imajo materialno korist. Ravno iz tega vidika športniki dajejo intervjuje. Kdo bi sicer dal petdeset intervjujev na leto brez interesa? Vse to zahtevajo sponzorji. Smučarski skakalec Peter Prevc nikoli ne bi bil toliko v medijih po lastni želji, ampak njegovo prisotnost na tiskovnih konferencah in intervjujih želijo sponzorji. Športniki od tega živijo.

Vi pri izbiri fotografije gledate, da se vidi čim več golega telesa?

Ne. Ker gre za posamične športe, se objavi predvsem fotografijo zmagovalke. Nimaš na izbiro, da bi dal tisto, ki ti je najbolj všeč, ampak daš tisto, ki je nekaj naredila na tekmovališču. Glavni kriterij je športni uspeh, potem pa tudi, da je fotografija s čim več dogajanja.

Vam kdaj odgovorni urednik narekuje, kaj naj se piše v športu?

Na športnem področju ne. Se pa spomnim pred leti iz rubrike avtomobilizma. Objavili smo fotografijo o čiščenju stekel, ko smo dali fotografijo ženske, ki v kopalkah čistijo avtomobil. Takrat so nadrejeni dejali, da gre za neprimerno fotografijo, kar je edini primer. Vsaj v športu takšnih fotografij ni, ko bi bile ženske toliko razgaljene.

Priloga B: Intervju Miha Hočevar

Kakšen je položaj žensk v športu?

Pri nas velike diskriminacije ni, čeprav je tudi težko govoriti o enakopravnosti. Če je zadaj prava športna zgodba, potem pridejo ženske brez težav do pozornosti, mnogokrat cel bolj kot v tujini, kjer se ženski šport težko prebije na prve strani časopisov. Izjema so res vrhunski dosežki kot tedaj, ko so Italijani imeli dve finalistki na turnirju za grand slam v tenisu. Pravi čudež je bil, da sta bili na naslovnici La Gazzette dello Sport. Enak čudež je bil, da so ju spustili v televizijski oddajo, ko se pet minut ni govorilo o nogometu. Pri nas smo imeli Tino Maze in Petro Majdič, ki sta imeli izjemno pozornost. Imeli ste povsem enakopraven status, če ne celo boljšega kot moški. Pozornost namenjamo tistim, ki so boljši.

Ženske so v ospredju predvsem v individualnih športih. Kako je v kolektivnih?

Pri moštvenih športih smo imeli Krim, ekipo ženskega rokometu, kar je bil fenomen, koliko pozornosti smo mu mediji namenili. Krim je osvajal evropske lovorike, zato je bilo veliko zanimanje za ženski rokomet, kar so potrdile tudi raziskave branosti. Težko pa v imenu enakopravnosti izpostavimo nekaj na silo. To ne gre, saj ti marsikaj narekuje trg.

Potem je v ospredju uspeh? Bi več pisali o ženskem nogometu, če bi imeli v Sloveniji žensko ekipo iz evropskega vrha?

Zagotovo bi pisali o tem, čeprav verjetno spet manj, kot če bi imeli v nogometu moško ekipo v evropskem vrhu. Tega ne moremo tajiti. Toda v osnovi nikoli ne gledam na spol, ampak tekmovalnost, kakovost in odmevnost. Če smo konkurenčni in gre za vrhunski šport, poročamo ne glede na spol.

Denimo pri Krimu so novinarjem plačevali stroške poti, da so potem pisali o njihovem klubu.

To ni bil edinstven primer. Častili so vse poti, kar so pred krizo počeli tudi drugi klubi. Pri Krimu so naredili napako, ko so omogočili zastoj karte za gledalce, s čimer so se razvrednotili.

Kot urednik kdaj razmišljate, da bi morali več pisati o ženskah?

Nikoli ne tehtam, da bi imel toliko prispevkov o ženskah kot o moških. O tem niti ne razmišljam. Pišemo o tem, kar je aktualno zanimivo. Sploh nimam občutka, da bi s takšnim razmišljanjem kogarkoli diskriminiral, niti ni moje poslanstvo, da bi delil športe po spolu. Če bi to počel, bi bil že skoraj aktivist.

Obstaja dilema, ali bralci berejo tisto, kar jim ponujajo mediji, ali mediji pišejo o tistem, kar hočejo bralci?

V današnji internetni dobi se vidi, katere teme so najbolj brane. Nek občutek lahko dobiš, kaj hočejo. V Sloveniji pišemo o ženskem športu in tudi o več različnih športih. V tujih državah je v ospredju zgolj moški nogomet. V Sloveniji nimamo tako atraktivnega nogometnega prvenstva, zato ni toliko v ospredju, medtem ko ima v tujini vsako lokalno okolje svoj klub in ga vsi spremljajo. Od ostalih športov jih zanimajo res zgolj vrhunski dosežki, zato smo v Sloveniji bolj raznovrstni.

V prispevkih o ženskah se pojavljajo pridevniki, kot so »simpatična«, »dolongoga«, »svetlolasa«... Kakšen je vaš pogled na tovrstno opisovanje?

Slog pisanja o ženskah je drugačen. Radi jih tudi naslavljamo po imenu, čeprav ne vem, zakaj. Morda zato, ker so ženske, o katerih veliko pišemo, precej podomačene med ljudmi. Če napišeš Tina, vsi vemo, da gre za Tino Maze. Lahko so celo večje zvezdnice, ker jih res vsi poznamo. Morda kdo vidi v tem znak nespoštovanja, toda meni se ne zdi. Kar se tiče opisov, kot je »dolongoga«, je jasno, da gre za moške avtorje. To jim pade v oči in se jim takšni opisi ne zdijo sporni. Upoštevati moramo tudi, da so bralci športa predvsem moški, ki jim je bolj všeč, da berejo o dolgonogi Mariji Šarapovi kot o mišičastemu Rafaelu Nadalu.

Koliko ima na uporabo imen pri ženskah vpliv sklanjanje priimkov?

Definitivno vpliva. To je povsem tehnični vidik, ki ima pomembno vlogo. Sklanjatev priimkov žensk ne gre lepo v ušesa, pogostokrat tudi ne v naslov zaradi dolžine. Če jih naslavljamo z imenom, ne gre za nespoštovanje.

Pri ženskah se več piše tudi o njihovem zasebnem življenju.

Možno, predvsem poznam primere iz Italije, ko so o plavalki Frederici Pellegrini kar naprej pisali, ali ima novega fanta, kdo je, kaj počne... S tem skušajo športnice še bolj približati bralcem. O zasebnosti več pišemo v bolj lahkotnih rubrikah, kjer pa ni razlike med spoloma. Ko imamo v Nedelu rubriko »Na treningu«, pišemo več o zasebnosti športnikov, a enako velja za moške in ženske.

Ali med razdeljevanjem nalog razmišljate, da bi nekaj naredila boljše ženska kot moški, ali obratno?

To se dogaja, toda ne toliko po spolu, bolj po nosilcih športov. Če nekdo dolgo pokriva nek šport, je z njim malo zasičen, zato je za intervju boljše, da ga naredi drug novinar, saj bo lažje našel nekaj novega o športniku. Nekdo, ki vsak dan piše o Tini Maze, o njej ve toliko, da težko pomisli na kaj novega, saj mu je vse samoumevno. Vprašanje je tudi, kako bi športnik odgovarjal na bolj provokativna vprašanja, če zelo dobro pozna novinarja. Ko po tem principu razdelim naloge, se včasih dogodi, da je ta drug novinar nasprotnega spola.

Opažate kakšno razlike v prispevkih med ženskimi in moškimi avtorji?

Opažam razlike, a ne po spolu. Tudi znotraj istega spola so velike razlike po pristopu in slogu. Spol ni noben dejavnik.

Kaj pa pri vodenju redakcije?

Pri ženskah se opazi, da so panožno zelo ozko usmerjene. A ne zato, ker jim jaz ne bi hotel dati česa drugega za pisati, ampak jih preprosto ne zanimajo vse teme. Večji del žensk v redakciji ne zanimajo športi z žogo. Težko potem rečem nekemu, naj naredi prispevek o nečem, česar ne spremlja. Seveda lahko naredi povsem spodoben prispevek, toda ni dodane vrednosti, če mora delati na silo. Ampak tudi med moškimi so novinarji, ki so pri športih zelo ozkogledi.

Kakšen je status žensk v slovenskem športnem novinarstvu?

Od slovenskih časopisov imamo v športni redakciji največ žensk, to so štiri, kar je za športno novinarstvo lepa številka. Tudi drugje, predvsem v elektronskih medijih, je žensk precej, ko pride do izraza tudi vizualnost. Večji problem od morebitne diskriminacije po spolu je to, da se ljudi ne da zaposliti. Nekateri ostajajo honorarni delavci v nedogled.

Ali je bil spol kakšen kriterij, ko ste iskali nove sodelavce?

Ne, ni bil. Niti nimam takšne moči, da bi se lahko ukvarjal s kadrovanjem. Kvečjemu gre v negativno smer, da se je potrebno od koga posloviti. Zadnjo redno zaposlitev smo dali ženski, enako velja za zadnjo honorarno delavko, ki je prišla v redakcijo. Dotok je torej predvsem ženski. Enako velja za prakso. Iz Fakultete za družbene vede so večinoma prihajala ženske, ki so se hotele izobraževati ravno v športni redakciji. Dejstvo je, da popolne enakopravnosti nikoli ne bo. Šport je še vedno zelo moški svet in to na vseh ravneh, od publike naprej. V športu bodo moški vedno imeli pobudo, čeprav imajo ženske vse večjo vlogo, kar dokazuje tudi razvoj zgodovine. Nikakor pa ne bi bilo dobro, da bi enakopravnost želeli doseči na silo. Vsaka stvar potrebuje svoj čas, da se razvija.

Priloga C: Intervju Goran Obrez

Kakšen status imajo ženske v novinarskih prispevkih o športu?

Ženske niso enakovredno zastopane, a obstajajo tehtni razlogi. Ekipe je komercialni športni dnevnik, ki ne dobi nobenih subvencij, zato moramo preživeti na trgu. Kljub temu skušamo vzgajati mlade v športnem duhu. Prav zato dajemo pomen tudi športu mladih in rekreaciji. Najbolj udaren je kljub vsemu vrhunski šport in to v športih, ki zanima najbolj širše množice. Odvisni smo od prodaje in marketinga. Največ pozornosti namenimo najbolj popularnim športom, ki ljudi najbolj zanimajo. Obskurnih športov ne pokrивamo.

Kakšno vlogo ima uspeh?

Dejstvo je, da so Slovenci v športu uspešnejši kot Slovenke, zato o njih več poročamo. Nogomet je šport številka ena. Tako reprezentančni in klubski nogomet je pri moških v Sloveniji za nekaj razredov višje kot pri ženskah. Pri košarki je razlika še večja, podobno velja za rokomet, čeprav imamo ženski klub, ki ima več pozornosti. Če bi naredili analizo v času največjih uspehov Krima, potem bi videli, da so tudi ženske imele veliko pozornost. Problem pri rokometu je, da slovenska liga za ženske ni zanimiva, ker pri moških je in spada med najboljše v Evropi. Moški imajo močnejše in bolj enakovredne lige, predvsem pa reprezentance dosegajo večje uspehe. Če bodo Slovenke igrale vidno vlogo na evropskem prvenstvu v košarki, potem bodo zagotovo imele pozornost. Te pozornosti bo celo več, če bodo uspešnejše.

Kaj pa individualni športi?

V individualnih športih imamo nekaj vrhunskih posameznic. Noben drug športnik ni tako zastopan v Ekipi, kot je bila Tina Maze. Res je, da bo počasi končala kariero, s čimer se bo ta trend verjetno spremenil. Slovenija nima več športnice svetovnega formata v tako globalnem športu, kot je alpsko smučanje. V preteklosti smo imeli nekaj vrhunskih smučark, v atletiki Brigito Bukovec in v smučarskem teku Petro Majdič. Razlika med spoloma je navidezna. Če so uspešne, imajo enako prostora pod soncem kot moški.

Bi potem uspešna ženska nogometna ekipa imela več pozornosti?

Če bi imeli ženski klub, ki bi igral v polfinalu lige prvakov, bi imel ogromno pozornosti. Sploh ni dvoma. O tem bi ogromno pisali. Takšnih uspehov si celo želimo. V nogometu, košarki, rokometu, odbojki... Na dobro prodajo Ekipe vedno najbolj vpliva vrhunski uspeh slovenskih športnikov. Takrat je opazna višja prodaja. Če Slovenija naredi fantastičen

rezultat, se prodaja dvigne, pri čemer spol nima nobenega pomena. Če bi bile ženske še bolj uspešne, bi mi o tem z veseljem poročali, saj bi to pozitivno vplivalo na našo prodajo.

Pogosta dilema je, ali ženske niso bolj popularne, ker mediji o njih ne poročajo, ali mediji poročajo le o popularnih športnikih?

Gre za začaran krog, ki ga mora nekdo pretrgati. To mora vedno storiti športnik. Lahko ga pretrga z uspešno marketinško ekipo, ki športniku omogoča boljše pogoje, s čimer pridejo boljši rezultati. Lahko izkoristi tudi svoj talent, kar prinese uspeh in boljše sponzorje in več denarja, s tem pa tudi boljše poročanje. Slovenija nedvomno ima športnice, ki pridejo do pozornosti s svojimi rezultati. Spet lahko naveden primer Tine Maze. Krim je ogromno vložil v svojo ekipo, ki je bila precej uspešna, s čimer je pridobil tudi pozornost medijev. Tudi v tem primeru niso najprej mediji začeli obsežno poročati o Krimu, ampak je najprej prišel vrhunski rezultat in z njim tudi medijska pozornost. Če bi ženski košarkarski ekipi Ježice uspelo enako, bi o njej poročali bistveno več.

Kaj pa stil poročanja? Zakaj se pri ženskah izpostavlja njihov zunanji videz, pri moških pa bistveno manj?

Razlika med spoloma obstaja in ne vem, zakaj bi se ji izogibali. Saj ženske so nežnejši in lepši spol. Estetika je pri ženskah bolj izpostavljena, ljudje smo takšni. Kljub temu to opisovanje za Ekipo ni značilno. Mi se ne ukvarjamo, koliko je nekdo lep, ampak poročamo o uspešnosti športnikov in športnicah.

Kot urednik razmišljate, da bi nek prispevek boljše naredila ženska kot moški ali obratno?

Seveda. Mi imamo v redakciji dve ženski. Če bi primerjal uspešnost moških in žensk v športu, so moški bistveno bolj uspešni, kot je razmerje med moškimi in ženskami v športnem novinarstvu. Športno novinarstvo je še vedno moški poklic, česar ne moremo zanikati. Še vedno precej manj žensk sanja o poklicu športnega novinarja kot moških. Imamo urednike posameznih športov, kjer sta ženski urednici dveh pomembnih športov – odbojke in hokeja na ledu. V teh športih sami odločata, čemu se bo posvečalo pozornost. Pri ostalih rubrikah pa imamo različne pomisleke, a niso povezani s spolom. Denimo naši novinarki odlično

obvladata angleščino, zato rubriko Delo v tujini največkrat opravita ženski. Verjetno pa kdaj pride tudi do tega, da kakšno nalogo opravi ženska, ker lažje naveže stik s športnikom.

Bo ženska prej dobila izjavo v mešani coni kot moški?

Res je. Ne gre za to, kaj mi hočemo, toda te stvari so opazne. Če ženska lepo izgleda, imajo športniki večji interes, da pristopijo zraven, še posebno, če gre za novinarke, ki jih ne poznajo. Večji interes imajo, da med neznanimi ljudmi spoznajo novinarko kot novinarja.

Je vaša publika moška?

Zagotovo imamo več moških bralcev, toda razlika ni drastična. Imamo precej ženskih bralk. Razmerje je nekje 60:40 v korist moških. Trendi kažejo, da šport vedno bolj zanima tudi ženske in vse več jih bere Ekipo.

Kaj za Ekipo pomeni rubrika Bejba dneva?

Verjetno bomo morali razmisliti, ali bi zraven dali enako rubriko z moškimi. Ko smo rubriko Bejba dneva že enkrat umaknili, so nas zasuli s pritožbami, da jo moramo vrniti. Kljub temu imajo naše bralke veliko fotografij moških po celotnem časopisu. Ženske so tudi manj agresivne in jih takšne podrobnosti manj zmotijo. Vseeno Ekipa ni časopis, za katerega se bralci odločajo glede na vizualnost ljudi, o katerih poročamo. Bistvo je šport in uspešnost športnikov in športnic. Poudaril bi še to, da so tudi te ženske v rubriki Bejba dneva vedno v povezavi s športom. Mi ne objavljamo fotomodelov, ali kakšnih drugih žensk.

Priloga Č: Intervju Andraž Rožman

Se ženske v novinarskih prispevkih o športu predstavlja enako kot moške?

Zagotovo jih moraš ocenjevati enako kot moške. Športni dosežki žensk morajo biti ocenjeni z istimi vatli. Te diskriminacije sploh ne bi smelo biti. Ta problem sploh ne bi smel obstajati, saj bi morale šteti zgolj tisto, kar se doseže na igrišču, o čemer potem novinarji tudi poročajo.

Se ženske zastopane številčno enako kot moški?

To je druga zgodba, ki je povezana s tradicijo. Vemo, da so že v času starih Grkov tekmovali zgolj moški, ki so bili vedno v ospredju. Šele počasi in z razvojem družne so tudi športnice dobile vse več pozornosti, enako velja za olimpijske igre. Današnja situacija je zagotovo boljša kot pred petdesetimi ali stotimi leti. Toda ravno zaradi tradicije so ženske v športu zapostavljene, čeprav imamo polna usta enakopravnosti in emancipacije. Enako kot drugje v družbi tudi v športu ženske niso enakopravne. Ne poznam statističnih podatkov, a prepričan sem v to.

Kljub temu so razlike tudi med ženskami v športu.

Res je, nekatere ženske imajo več pozornosti, druge manj. Vzrok je v kapitalu. Nekateri ženski športi so bolj zanimivi, drugi manj. Tisti, ki poleg športa poudarjajo še druge stvari, denimo ženstvenost, žensko telo... Takšni športi so tenis, odbojka na mivki in tudi odbojka v dvorani. Kapital ne izkorišča samo rezultatov, ampak tudi ostale stvari, ki privabljajo gledalce, to je žensko telo, s čimer se pogostokrat namiguje tudi na spolnost. Kapital to izkorišča, mediji vsemu nasedajo, gledalci pa z veseljem požirajo.

Ima kapital glavno vlogo?

Enako je na vseh družbenih področjih. Kapital ne izbira sredstev, pomemben je zgolj dobiček. Elita mora biti zadovoljna. Tako deluje današnji svet. Enako kot povsod vlada tudi v športu diktatura kapitala.

Velja to za fotografije pomanjkljivo oblečenih športnic?

Ne poudarja se rezultat, ampak žensko telo. Odbojka na mivki je tipičen primer. Odbojkarice se tega zavedajo. Erika Fabjan je govorila, da je tovrstne stvari potrebno celo izpostaviti, saj gre za marketinški prijem. Na takšen način odbojka na mivki cilja na svojo publiko, saj se zavedajo, da bodo ljudje to sprejeli in kupili. Športnice in vodilni v športu vedo, da lahko na takšen način pridejo na naslovnice, do sponzorjev in denarja. Če smo radikalni, gre za prodajo ženskega telesa prek medijev.

V nogometu je tudi pri ženskah veliko kapitala, toda v Sloveniji je nogomet za ženske povsem na obrobju.

Gre za tradicijo. Če pogledamo, koliko se danes poroča o ženskah in koliko se je pred dvajsetimi leti, se sedaj zagotovo več. Toda očitno je kapital prepoznal tudi moč ženskega nogometa. Moški v nogometu zaslužijo po deset milijonov evrov, denimo Messi in Ronaldo, toda njuni lastniki še bistveno več. Messi in Ronaldo sta orodje v rokah kapitala, ki se samo še kopiči. Gre predvsem za mednarodne korporacije in Mednarodno nogometno zvezo Fifo, ki jim ni dovolj samo moški nogomet. Hočejo imeti še ženski nogomet, ki je v svetu vse bolj popularen.

Alpsko smučanje je v Sloveniji priljubljeno tudi iz vidika žensk.

Alpsko smučanje ni tako star šport kot nogomet ali atletika, predvsem iz tekmovalnega vidika, saj se je razvil po drugi svetovni vojni, ko je bila družba že bolj razvita. Pomembno vlogo so tako imele tudi ženske, zato sta šla spola v isti smeri naprej. Tudi zato ima žensko smučanje več pozornosti v medijih kot drugi športi žensk.

Ali se vi trudite, da ne uporabljate izrazov, kot je »lepotička«?

Gre za problem športnega novinarstva. Velikokrat zasledim diskriminatorne izraze. Športni novinarji se morajo zavedati, da poročajo o športu. Ogromno je tega, ko pišejo »švedska lepotica«... Ni naloga športnega novinarja, da ocenjuje, katera ženska je lepa in katera ne. Njegova naloga je, da poroča o športu in ostalih stvareh, ki se tičejo športa. Denimo o denarju v športu, o psihologiji športa, o sociologiji športa... O tem mora poročati športni novinar in ne o simpatičnosti športnice. Na takšen način se takoj doda nepravo konotacijo. Seksizma v športnem novinarstvu je precej in preveč. Zasledi se ga skoraj vsak dan.

Vi se tega zavedate?

Zase sem prepričan, da ne uporabljam seksizmov. Ne razmišljam pa o tem, koliko se ženske pojavljajo. Ko dobim nalogo, naj napišem prispevek, ne razmišljam, ali bi mogel več pisati o ženskah. Niti ne vem, zakaj. Očitno smo kar navajeni na to, v katerem športu imajo ženske več veljave, v katerem manj. Najmočnejši šport je nogomet, kjer je v nas zakoreninjeno, kaj je najbolj pomembno. Glavni kriterij bi moral biti svetovna konkurenčnost, kako težko je nekje priti na vrh, toda glavni kriterij je največkrat odmevnost med ljudmi.

Bi morali imeti športni novinarji širši pogled na svet?

Ne vem, koliko bi to vplivalo na poročanje o ženskah, bi pa zagotovo pomagalo njihovem razvoju kot celoti. Nekateri se vso poklicno kariero držijo samo enega športa. Zaželeno je, da pogledajo tudi v druge športe in na druga področja. Takšen pogled lahko zelo pomaga pri njegovemu delu. Spremljati mora stvari in se izobraževati, česar med športnimi novinarji ni. Marsikdo ne zna pogledati čez planke športnega sveta. In ravno na vrtičkih znotraj teh plank se ustvarja prostor za nastajanje stereotipov in predsodkov, kamor spadajo seksizem in tudi drugi -izmi, kot so nacionalizem, rasizem... Nekateri se tega niti ne zavedajo, saj ne razmišljajo dosti, ko pišejo. Med televizijskem prenosom lahko velikokrat slišimo, kako je na gol streljal temnopolti nogometaš. Ne vem, zakaj je treba izpostaviti temno polt, medtem ko nihče ne reče, da je streljal belopolti igralec. Gre za prikriti rasizem, saj nihče niti ne pomisli, da gre za problem. Podobna zgodba je poudarjanje, da nekateri nogometaši ne znajo dobro slovensko, predvsem tisti, ki so prišli iz drugih jugoslovanskih republik.

Tega se zavedajo tudi športniki in športnice.

Jasno, saj vedo, da je šport posel. Vsi hočejo čim večji zaslužek. V to smer gre ves šport. Celotna zgodba gre v ekstreme, kjer je potem zraven tudi doping. Vsi hočejo večjo prepoznavnost, a pogostokrat so športniki orodje v rokah lastnikov. Športne vrednote, na katerih temelji šport, pa izginjajo. Šport bi moral promovirati pošten športni boj. Dve ekipi sta trenirali in se trudili, nato pa se brez pripomočkov in goljufanja pomerita za uspeh. Poleg tega bi moral biti zraven še zdrav duh, a vrhunski šport nikakor ni več zdrav. Saj so mnogi primeri, ko ima šport pravo sporočilo, toda mnogi so tudi napačni. Gre za sporočila, da morajo imeti popolno telo kot Ronaldo in v garaži deset ferarrijev. Tega otroci ne bodo nikoli dosegli. Problem so tudi starši, ki želijo zaslužiti preko otroka.

Kakšno vlogo imajo mediji?

Odvisno od konteksta. Če si dnevni časopis, ki naj bi podajal resne informacije, potem objaviš Marijo Šarapovo na igrišču. Če si bolj rumen, jo objaviš v mini krilu. Šport preveč poudarja lepoto, uspeh in denar. Toda enako velja za vso pop kulturo. Blagovne znamke preko športnikov kažejo, da se uspeh vrednoti zgolj preko materialnih dobrin. To je začaran krog. Vsako leto so nove tekme in nove reklame. Podjetja hočejo zaslužiti več in več, ljudje pa vsemu sledijo. Konkurenca med športi je tako velika, da brez marketinga ne moreš priti na naslovnice, čemur mediji nasedajo. Ženski skoki so morda celo primer vsega tega. Prej niso

bile priljubljene, toda ko je Mednarodna smučarska zveza začela več vlagati v marketing ženskih skokov, so se tudi skakalke začele pojavljati, čeprav so po razširjenosti in popularnosti v svetovnem merilu na enaki ravni kot drugi športi, ki niso tako pogosto v medijih.

Priloga D: Intervju Jože Okorn

Novinar ste že trideset let. Kakšne so razlike pri ženskah in moških v športu?

Načeloma razlik ni, toda očitno je, da so ženske veliko bolj občutljive na to, kaj se o njih napiše, še posebno, kadar niso uspešne in so prispevki bolj kritični. Kot novinar moraš biti zelo pozoren, saj so reakcije žensk bolj burne in včasih prerastejo v zamere.

Imate kakšen primer?

Denimo, ko pišem o nogometu, je na osebni ravni izpostavljena rubrika, ko podajamo ocene od ena do deset, ki je precej brana. Nekateri igralci so bili zaradi ocene užaljeni, toda s časoma na to pozabijo, ali celo priznajo, da sem imel prav. Pri ženskah je drugače. Bistveno bolj so občutljive, morda je to povezano z njihovo žensko naravo. Izkušnje imam predvsem s Petro Majdič. V osnovi gre sicer za športnico, ki je bila medijsko zelo atraktivna. Bila je uspešna, a tudi zgovorna, komunikativna in je razkrivala ozadja. Toda, kadar ji ni šlo in je bila deležna kritik, je znala burno reagirati. Ni bilo malo situaciji, ko je izkazala svoje nestrinjanje z novinarji. Včasih je bilo med njo in novinarji tudi krajše obdobje, ko ni hotela dajati izjav. Enkrat po koncu olimpijskih iger je prišla do mene in me takoj opozorila, da pred začetkom tekmovanja nisem verjel vanjo, da bo tako uspešna. Pred leti sem poročal tudi o ženskem rokometu. Tekmovalke so bile zelo občutljive na vsako zapisano besedo. Včasih so imele nos do tal, ampak to sem sprejel kot del posla.

Dobite od žensk bolj realen odziv, kaj si res mislijo?

Morda res. Spomnim se afere med Petro Majdič in Vesno Fabjan na svetovnem prvenstvu v Oslu. Tekmovalki sta imeli medsebojne nesporazume, toda Fabjanova je skušala z Majdičevo obračunavati preko svojega brata. Preko medijev ni želela, saj ženske novinarjem manj

zaupajo in so manj sproščene. Odgovorijo sicer profesionalno na vsa vprašanja, toda ko so mikrofoni ugasnjeni, ne pove nič več.

Zakaj se piše o ženskem rokometu, ne pa o ženski košarki ali ženskem nogometu?

Ženska rokometna ekipa je imela mednarodne uspehe. Saj smo pisali več tudi o ženski košarki, ko je bila Ježica v evropskih tekmovanjih. Ne gre toliko za razliko po spolu, bolj po uspehu. Toda zdi se mi, da je ženski rokomet trenutno precenjen. Ni logično, da ima Krim toliko pozornosti glede na to, kaj počnejo s tem klubom.

Zakaj ženski nogomet nima pozornosti v Sloveniji, čeprav je v svetovnem merilu bolj izpostavljen?

Veliko je odvisno od okolja. V Združenih državah Amerike je ženski nogomet popularen in ima določeno gledanost, predvsem zato, ker je v ameriškem okolju v družbo vpet ženski študentski nogomet. V svetovnem merilu ima ženski nogomet sicer večjo gledanost v času velikih tekmovanj. Ligo prvakinj ljudje bolj podrobno spremljajo le za finale. Nogomet ima predvsem predznak moškega športa. Saj tudi če bi šli moški sinhrono plavati, jih ne bi nihče spremljal.

Zakaj je tako? Ker mediji premalo pišejo o ženskem športu, ali mediji pišejo o tistem, kar zanima ljudi?

Gre predvsem za interes kapitala. Vsaka velika športna zgodba ima v ozadju kapital. Tenis je globalen šport tudi pri ženskah, pri čemer koristi preglednost tekmovanja. Vse je jasno, merljivo, ljudje imajo pregled nad lestvicami... Zadaj je še interes kapitala, saj so ženske na največjih turnirjih plačane enako kot moški. Težava nastane, ko se ostali športi želijo primerjati z nogometom, čeprav gre za povsem drugačno zgodbo. V Ameriki imajo sistem že malce drugačen, saj zvezdnike delajo tudi iz boksarjev, igralcev ameriškega nogometa, ki jih v Evropi nimamo.

Pri skoki so ženske šele zdaj prišle v ospredje.

Zato, ker gre za mlado disciplino. Ženske so najbolj enakovredne v športih z daljšo tradicijo, kot sta tenis in atletika. Skoki ne morejo biti primerljivi, saj ženske resno skačejo zadnjih deset let, svetovni pokal pa obstaja šele štiri leta. Zanimivo je, da se tradicionalne države z

uspehi pri moških ne ukvarjajo s skoki tudi pri ženskah. Bolj so uspešne druge države, ki so v ženskih skokih našle tržno nišo. ZDA, Kitajska, Italija, Japonska... Japonska skakalka Sara Takanaši je doma skoraj večja zvezdnica kot moški skakalci. Na tekme v Evropi jo pride spremljati vsaj toliko, če ne več novinarjev kot reprezentanco moških. Pri ženskih skokih je bila opazna tudi sprememba, ko so postali del olimpijskih iger, saj so takoj pridobili na vrednosti. Pomembno merilo je, ali nastopaš na olimpijskih igrah ali ne.

Ali se v času olimpijskih iger več piše o ženskah?

Razlog je verjetno v tem, da so ženske zanimive zaradi uspehov, ko osvojijo olimpijsko kolajno, a tudi zato, ker jih ljudje ne poznajo, a želijo izvedeti, kdo so. O Petru Prevcu vemo vsi vse. Včasih ne vemo, kaj naj o njemu sploh še napišemo. O ženskah ne pišemo tako pogosto, zato so bolj izpostavljene na velikih tekmovanjih, ko pridejo do uspeha.

Tudi o gorskem kolesarstvu pišemo o ženskah zaradi uspehov.

Našli so se ljudje, ki so podprli ta šport tudi pri ženskah, zraven pa sta dve uspešni tekmovalki. Ravno Tanja Žakelj je primer tekmovalke iz vaškega okolja, kar velja za mnoge športnice. Že pri moških je opazen trend, da so uspešni tisti, ki ne prihajajo iz mestnih središč, še toliko bolj to velja za ženske.

Kako pomemben je moški zraven športnice?

V zadnjem času je bila izpostavljena Lara Prašnikar, ki ima očeta, ki je nogometni trener, in brata, ki je nogometaš. Prav zato smo več pisali o ženskem nogometu. Včasih ženske pridejo zraven kot bolj sproščene in rumene zgodbe, ki niso povsem povezane s športom.

Je to sporno?

Odvisno od usmeritve medija. Meni se ni zdi sporno, saj vsak rad prebere še kakšno informacijo iz zakulisja. Saj ljudje ne poznajo vsega, zato radi preberejo kaj o zasebnem življenju športnic. Tovrstne stvari so za moške skoraj splošno znane, zato se nekateri podatki ne pojavljajo pri vsakem prispevku, medtem ko pri ženskah se, saj o določeni športnici poročamo bistveno manj. Primer sta svetovna prvaka v atletiki v sprintu za moške in ženske. Oba sta iz Jamajke, oba isto trenirata, toda o Boltu se osebnih stvari ne piše več, saj je o njemu vse znano. Za žensko ni tako, zato je ob takšnih primerih več zakulisnih informacij.

Zraven bi dodal še vidik samih bralk. Zdi se mi, da ženske raje preberejo še kaj o zasebnem življenju športnic, ali so poročene, ali imajo otroke ...

Kaj si mislite o fotografijah športnic?

Takšna je sodobna družba. Vsi vemo, kakšne fotografije ljudje radi gledajo in s čim pridobiš njihovo pozornost. Gre za kapital in oglaševanje. Če Serena Williams ne bo igrala v finalu OP ZDA, ampak kakšna manj poznana igralka, bo finale zagotovo spremljalo manj ljudi in tudi manj televizijskih postaj. Podobno je bilo lani pri moških, ko je bil finale med Marinom Čilićem in Keijom Nišikorijem. Tudi mediji sledimo trendom kapitala. Neznanega športnika težko promoviraš, ampak se mora najprej nekaj dogoditi, da pride v ospredje.

Poročamo drugače o športnicah ali športnikih?

Zagotovo so razlike, še posebno v rumenih medijih. Toda tudi nekatere športnice same poskrbijo, da se o njih piše na takšen način. Veliko govorijo o svoji zasebnosti, se fotografirajo med prostim časom in fotografije objavljajo na socialnih omrežjih. Izkoriščajo svojo lepoto, še toliko bolj pa se potem pojavljajo v medijih, če so zraven še uspešne. Nikakor niso samo mediji odgovorni. Zadaj je industrija, oglaševanje, pa tudi športniki, ki se gredo to igro.

Zakaj se za Marijo Šarapovo piše, da je »ruska lepotica«, za Rogerja Federerja pa ne, da je »švicarski lepotec«?

To je stvar urednika. Če je usmeritev medija bolj resna, potem to ne bo objavljeno. Toda problem je, ker se v sodobnem svetu gleda predvsem na to, da se napolni prostor.

Bi morali biti novinarji bolj pozorni na svoje besede?

Zagotovo, toda vsi pljujemo po neki reki... Veliko je informacij, zato mediji iščejo nek naslov in fotografijo, da čim prej pritegne bralca.

Priloga E: Intervju Jurij Završnik

Kakšen status imajo ženske v športu?

Čedalje boljšega. V globalnih športih, kot so atletika, tenis in alpsko smučanje, so ženske enakovredne moškim. V ekipnih športih ne, kjer so favorizirani moški. Razlog je predvsem v tem, da so se ženske v moštvenih športih kasneje razvijale. Ženski nogomet se v globalnem smislu uveljavlja, kar je tudi zasluga krovnih zvez, ki imajo ta interes. Razen ženske odbojke, ki je primerljiva moškim, pa ženske nimajo toliko pozornosti kot moški. Ljubitelji športa večkrat delajo primerjavo, kako so dobre in atraktivne ženske proti moškim. Hitro pridejo do spoznanja, da so moški bolj atraktivni v moštvenih športih, zato imajo več pozornosti. V individualnih športih ni večjih razlik.

Bodo potem v prihodnosti imeli tudi moštveni športi žensk več pozornosti?

V ženskem nogometu zagotovo, za košarko ne verjamem. Na popularnosti športov morajo veliko narediti krovne organizacije, kot so Fifa, Uefa ali Fiba, določene stvari se lahko celo uzakoni. Nogometni klubi v prihodnje ne bodo smeli igrati v ligi prvakov, če ne bodo imeli tudi svoje ženske ekipe. Krovne zveze s takšnimi pristopi prisilijo okolje, da vlaga in razvija tudi ženski šport. Ženski nogomet po priljubljenosti ne bo dosegel moškega nogometa, toda ta razlika se bo zagotovo zmanjšala.

Je v ozadju kapital?

Absolutno je zadaj kapital, ki zna izkoristiti določene športe, ki so ženskam blizu – tek, smučanje, tenis... Vidimo, kako se propagira zdrav način življenja, saj v teh športih ni potrebno večjega števila ljudi. Kapital tako podpira prisotnost žensk v športu. Uspešne ženske v teh športih imajo velika sponzorska sredstva. Marija Šarapova je med najboljšimi desetimi zaslužkarji. Včasih so prodajali samo eno vrsto športne obutve, danes imaš za oba spola veliko različnih kolekcij.

Kakšno vlogo imajo mediji?

Na te trende je potrebno opozarjati, a kaj veliko ne moremo narediti. Bralci, poslušalci in gledalci hočejo videti najbolj priljubljene. Če bo nekoč priljubljen ženski nogomet, ga bodo hoteli gledati. Mediji smo odvisni od ljudi, ki nas berejo, saj se preživljamo na trgu.

Kaj se skriva v vsebini, ko se zapiše, da je Šarapova dolgonoga lepotica, a ne tudi tega, da je Rafael Nadal mišičast Španec?

Zagotovo obstaja seksizem. Ne bom sodil, ali je prav ali ne. Zagotovo ni prav, če si žaljiv, toda če poudariš nekatere attribute, se mi ne zdi narobe. Tudi ženske same pravijo, da so rade lepo oblečene. Denimo Tina Maze trdi, da se v visokih petah in naličena počuti boljše kot v dresu in čeladi. Ženske hočejo izpostaviti svoje prednosti, saj moški na njih gledamo tudi vizualno. Takšen seksizem ni moteč, saj ni zlonameren, čeprav feministe moti tudi to.

Vi o teh stvareh razmišljate?

Da. Če napišem lepotička ali lepa Ana, razmišljam o teh stvareh. Tudi ko izbiram fotografijo, vedno raje izberem tisto, ki je meni najbolj privlačna.

Je v Ekipi več prostora za ženske kot v Delu ali Dnevniku?

Zagotovo, ampak še vedno pišemo o uspešnih ženskah. Ko je bila uspešna Tina Maze, smo o njej pisali vsak dan, saj je tako želijo bralci, mi pa prodajamo časopis. Tudi o drugih športih posvečamo več pozornosti, kar si Dnevnik in Delo ne moreta privoščiti, saj mi pišemo tudi več o ženski košarki, ženski odbojki, ženskemu rokometu... Prav zato imamo več ženskega športa.

Vaša ciljna publika so moški?

Absolutno, vsaj v 80 odstotkih.

Je njim namenjena tudi Bejba dneva?

Vmes smo jo že ukinili, a so jo bralci hoteli nazaj. Spraševali so, zakaj je nimamo več, ker jo hočejo spremljati. Očitno imamo toliko bralcev, ki radi vidijo lepo punco. Teh pritožb je bilo bistveno več od pričakovanj. Je pa res, da se nam vse bolj povečuje žensko bralstvo in smo že dobili kakšen klic, zakaj zadaj nimamo tudi kašnega postavnega fanta.

Ženske raje berejo o športnicah ali športnikih?

Če niso neposredno povezane z določenim športom ali športnico, potem raje o športnikih. Tudi ženske vedo, da so moški hitrejši in močnejši, zato raje berejo o uspešnih moških. Ženski šport berejo, če so vanj tudi vpete.

Kako so ženske sprejemale Tino Maze in Petro Majdič?

Gre za dve različni zgodbi. Tina Maze je bila predobra za slovenski prostor, s čimer je zelo razdeljevala svoje sledilce. Petra Majdič je bila drugačna, saj je predstavljala klasično slovensko zgodbo o uspehu, ko je žrtvovala vse za zmago. Mislim, da je bilo nad Mazejevo in Majdičevo navdušenih več moških kot žensk.

Pri ženskah se večkrat omenja tudi njihov zasebno življenje?

Se ne strinjam, vsaj če analiziram sebe. Kvečjemu pri moških večkrat iščem kakšno zakulisno zgodbo o partnericah. Denimo pri Sereni Williams nikoli nisem pisal o njenih partnerjih, medtem ko smo pri Stanislasu Wawrinki veliko pisali o njegovih ženskah. Res je tudi, da pri ženskah izpostavljamo moške, ki vplivajo na njihovo športno pot, predvsem trenerje. Gre za moško osebo, ki je največkrat odločilni faktor za uspeh ženske. V obratni smeri to ne velja. Redke so ženske, ki so neposredno vplivale na uspeh moškega v športu.

Posvečate ženskam in moškim isto pozornost v novinarskem prispevku, če dosežejo isti rezultat?

Popolnoma enako. Na teniškem turnirju za grand slam vedno namenim enako pozornost moškemu in ženskemu finalu. Letos v US openu sem dal celo več pozornosti ženskam, ker so bile bolj izpostavljene zaradi dveh Italijank v finalu. Finale med Šarapovo in Williamsovo je zame identično kot finale med Đokovićem in Federerjem.

Kako vpliva prisotnost žensk v športni redakciji?

Zelo dobro. Dejstvo je, da je ženskam morda težje, ker večkrat pokažejo svoja čustva in moraš z njimi delati malce bolj v rokavicah. Toda včasih ti ponudijo kakšen drug princip, ki ga kot moški ne vidiš. Marsikdaj ponudijo kakšno idejo za misliti. Včasih ženska in moški o isti stvari napišeta povsem drugačen tekst. Ženske pridejo tudi hitreje do stika s športniki, kar je med novinarji preizkušeno. V mešani coni bo nek vrhunski športnik prej dal izjavo novinarki kot novinarju. Ženske v športni redakciji so dodana vrednost.

V Sloveniji se število športnih novinark povečuje.

Poklic se v celoti feminizira, kar se vidi tudi vpisu na študij novinarstva. Več športnih novinark je predvsem na televiziji, ker je vizualni medij. Kljub temu ni dobro, da imaš žensko samo zaradi lepega videza. S tem delaš medvedjo uslugo svojemu mediju.

Priloga F: Intervju Saša Verčič

Ali obstajajo razlike med poročanjem o moških in ženskah?

Pri ženskah se večkrat uporabijo izrazi, kot so »simpatična«, »sibirska lepotica«, »postavna plavolaska«... Pri moških se tem izrazom izogibamo, vsaj jaz. Ker če bi novinarka zapisala »španski lepotec« ali nekaj v tem stilu, bi bilo skoraj gotovo prisotno zgražanje pri bralcih in tudi novinarskih kolegih. Iz tega vidika so zagotovo razlike med spoloma. O ženskah se tudi več piše o zasebnem življenju, medtem ko pri moških ne. Tudi v tem vidiku se skušam izogibati opisovanju zasebnosti, in to pri obeh spolih. Izjema je posebna tedenska rubrika, kjer imamo krajše prispevke zgolj o zasebnem življenju športnikov.

Kaj še opazite pri poročanju o tenisu?

Predvsem to, da sta spola iz vidika rezultata obravnavana na isti način. Ali turnir za grand slam osvoji Serena Williams ali Roger Federer je povsem enako. V vsakem primeru so v ospredju slovenski športniki. Če igra Polona Hercog, pišeš o njej, če igra Blaž Kavčič, pa o njemu. Če ne igra noben Slovenec, pa iščeš najbolj zanimivo mednarodno zgodbo. Recimo, če izpade Federer, pišeš zaradi njegovega izpada, in ne zato, ker je moški. Enako velja, če se hitro od turnirja poslovijo Serena Williams. V začetni fazi tekmovanja pišeš o največjih presenečenjih, v zaključnih partijah pa ima večina turnirjev takšen program, da en dan igrajo ženske, drugi moški, s čimer so zgodbe avtomatsko porazdeljene po spolu.

Koliko je pri tem pomemben spol novinarja?

Nikakor me ni strah, da bi kdo mislil, da imam nagnjenja do žensk, če bi zapisala »ruska lepotica«. Stvar je v tem, da se mi takšne oznake zdijo nepotrebne ne glede na spol. Za njeno igro ni pomembno, kakšno barvo las ima in kako dolge so njene noge.

Zakaj so v tenisu ženske bolj izpostavljene kot v kakšen drugem športu?

Razmerje je precej nediskriminirano. Recimo na letošnjem turnirju za grand slam v ZDA je bil prej razprodan finalni obračun za ženske kot za moške, kar je jasen pokazatelj, da gledalce zanima ženski tenis. Verjetno so hoteli videti, ali bo turnir osvojila domačinka Williamsova. V tenisu je precej zvezdnic, ki jih pozna ves svet. Tudi na različnih lestvicah najbolje plačanih športnikov se pojavljajo teniške igralk. Enako velja za lestvice najbolj vplivnih žensk, kjer so med športnicami v ospredju teniške igralk. Zgovoren je tudi primer Li Na, ki je z zmago na turnirju za grand slam dvignila na noge vso Kitajsko.

Zakaj ni enako denimo v nogometu?

Ključ je v tem, kako te podpira krovna organizacija. Billie Jean King je v tenisu dosegla, da imajo ženske iste denarne nagrade kot moški. Očitno krovne zveze v nogometu tega interesa nimajo, niti ga ne potrebujejo. Pri tenisu določenim ljudem očitno koristi, da imajo teniške zvezdnice, saj s tem tudi sami dobijo precej nagrad. Zdi se mi, da pri ženskem tenisu ljudje gledajo še kaj drugega kot samo igro.

V Sloveniji je bolj popularen ženski rokomet.

Dobro, to je umetna tvorba. Ženski rokomet ni sam vzniknil, ker bi res tako zanimal ljudi, ampak so določeni ljudje plačali novinarjem poti v tujino na tekme, s čimer so si posledično kupovali medijski prostor za ženski rokomet.

Se vam zdi športno novinarstvo preveč moški svet?

Če sodim po stanju v Sloveniji, ni tako. Precej je športnih novinark. Pri nas na Delu so poleg enajstih moških štiri ženske, kar ni tako velika razlika. Na teniškem turnirju v Portorožu nas je bilo skupno pet ženskih novinark iz različnih medijev, enako skoraj kot moških. Tudi na RTV je precej ženskih novinark, zato ženske nismo tako slabo zastopane. Včasih se pojavi celo opazka, da je slovensko športno novinarstvo preveč feminizirano.

Vas športniki in ostali novinarji jemljejo enakopravno?

Zdi se mi, da ja. Nikoli se nisem počutila neenakopravno. Kvečjemu se mi zdi, da mi ljudje hitreje skušajo pomagati. Če sva v novinarski sobi dve ženski med petdesetimi moškimi, mi kot ženski zagotovo prej priskočijo na pomoč, kot če bi bila moški. Pri športnikih sploh ni razlik. Njim je v interesu, da se pojavi v medijih, in ne to, ali ga za izjavo prosi moški ali ženska. Nekdanji urednik me je leta 2003 poslal za en teden v Čatež, od koder sem poročala o dogajanju v hrvaški nogometni reprezentanci. In tudi tam se mi je dogodilo, da so mi hrvaški novinarji takoj priskočili na pomoč, čeprav nogomet zame ni preveč poznano področje. Očitno gre pri tem za pozitivno diskriminacijo.

Poleg tenisa pišete tudi o atletiki in gimnastiki, kjer je prav tako mnogo žensk. Naključje?

Atletika je bila od nekdaj moja želja, da pišem o njej. Pred menoj je o atletiki pisal moški novinar, zato ni nič pogojeno s spolom. Enako velja za tenis, kar sem si prav tako od želela poročati. V manjši meri to velja za gimnastiko, ki niti ni toliko ženski šport. Vsaj v Sloveniji večino časa poročamo o moških v gimnastiki, saj so bistveno bolj uspešni. Aljaž Pegan in Mitja Petkovšek sta bila vrsto let skoraj edina posameznika, o katerih smo pisali iz gimnastike. V sami osnovi pa me tako ali tako bolj zanimajo individualni športi kot moštveni.

Ali je svet športa diskriminiran?

Če so na takšno raven spravili ženski tenis, bi lahko tudi kakšen drug šport. Očitno se lahko poskrbi, da je nek ženski šport popularen tudi med širšo množico. A na drugi strani je res, da ni športa, kjer bi bile ženske popularnejše od moških. Morda Tina Maze v slovenskem alpskem smučanju.

Kako si razlagate, da je Marija Šarapova bogatejša in popularnejša kot Serena Williams, čeprav ima manj teniških uspehov?

Videz je nedvomno pri sponzorjih zelo pomemben. Enako je na drugih ravneh družbe. Lepše manekenke zaslužijo več kot druge. Največ šteje, da so športnice lepe, simpatične in dolgonoge. Najboljša kombinacija je, da si dober in lep.

In temu je najbližje Šarapova?

Verjetno ja. In Tina Maze v Sloveniji, čeprav njen problem je majhen trg. Marija Riesch je manj vizualno privlačna, toda z reklamo Milke bo na nemškem trgu zaslužila več kot Tina Maze v Sloveniji. Zato je pomembno tudi to, da si iz velike države. Šarapova ima torej idealno kombinacijo, saj za njo stoji ogromen ruski trg. Nikakor pa ni uspešna le zaradi lepote. Še vedno je osvojila ogromno lovorik.

Morda ženske športnice celo izkoriščajo svoj videz?

Poglejte samo, koliko teniških igralk se pred dvobojem naliči in uredi nohte. Dobro vedo, kako pomemben je videz. O tem se ne moremo slepiti. Enako velja za moške. Cristiano Ronaldo in Rafael Nadal prav tako tržita svoje telo v oglasih. Obstajajo pa tudi posamezniki, ki se ne želijo izpostavljeni. V Sloveniji smo imeli Katarino Srebotnik, ki je bila dvajseta na svetu, toda nikakor ni želela nobene pozornosti izven teniških igrišč, čeprav bi jo lahko imela. Tržni izkupiček je ni zanimal. Raje je imela, če smo jo pustili pri miru.

Priloga G: Intervju Mojca Finc

Od česa je odvisno, ali mediji poročajo več o moških ali ženskah v športu?

Zdi se mi, da ni toliko odvisno od spola, ampak od uspehov. Če pozimi odpreš časopis, potem vidiš novinarske prispevke o Tini Mazi v alpskem smučanju, o ženskah v biatlonu, o ženskah v smučarskih tekih, vse več je tudi prispevkov o ženskah v smučarskih skokih. Toda ko sem na dan intervjuja (11. 9. 2015) odprla vse tri časopise, ni bilo nobenega prispevka o ženskah. Edino Ekipa je imel en prispevek o tenisu. Za Delo lahko izpostavim, da kadar pišemo o ženskah, ne uporabljamo pridevnikov dolgonoga, simpatična, lepa...

Zato, ker ste ženska?

Nikoli ne bom napisala simpatični Peter Prevc, čeprav je to odvisno tudi od rubrike. V rednem športu ne vnašam čustev. Drugače je, če grem na trening, kjer naredim nedeljsko rubriko za Nedelo in si pustim več svobode. Takrat tudi izpostaviš, kako je športnik oblečen, kako izgleda, in napišeš, ali je športnica denimo dolgonoga, saj ne pišem strogo o športu. Pri plavalki Tjaši Oder sem zapisala, da si rada barva nohte. Še v naslovu sem izpostavila, da

odhaja na svetovno prvenstvo s posebno pobarvanimi nohti. Vsaj pri nas so takšni opisi odvisni od rubrike. Zdi se mi tudi, da se ženske o teh stvareh lažje pogovarjamo kot moški, četudi so na drugi strani moški. Ženska denimo lažje vpraša športnika, zakaj si je naredil novo frizuro.

Bi pri vas v rednem športu pri opisih, kot sta »dolgonoga« in »simpatična«, posredoval urednik?

Ne, ker bi že sama drugače zapisala. V vsakem primeru bi se pogovorila, zato urednik ne bi sam od sebe spreminjal.

Recimo v tenisu so ženske enakovredne, v številnih drugih športih ne.

Izpostavila bi še primer strelstva in Renate Oražem. V Sloveniji je bila že desetkrat najboljša strelka leta. Hkrati je tudi svetovna prvakinja v samostrelu, kjer je odrta konkurenca in tekmujejo tudi moški. Bila je najboljša, za njo pa sta se uvrstila dva moška. V strelstvu so ženske po rezultatih primerljive moškim. Podobno je v plavanju, kjer imajo ženske enako vlogo kot moški. O njih poročamo povsem enakovredno. Izjema je bil Michael Phelps, toda na drugi strani so Missy Franklin, Katie Ledecky....

Kaj pa moštveni športi?

Težko jih spraviš na podobno raven. Vsaj pri nas so nogometašice amaterke in zraven hodijo v službo. Pri rokometu smo imeli Krim, a se o njemu piše vse manj. Kar se tiče občinstva, je vse odvisno od rezultata. Ljudje spremljajo ženske, če so zraven uspehi, kar velja tudi za moške.

Če bi imeli vrhunsko žensko nogometno ekipo, bi imela občinstvo in medijsko pozornost?

Na misel mi pride žensko kolesarstvo. BTC City ima žensko kolesarsko ekipo, kar je precej umetna zgodba. O njej se veliko piše in poroča, saj je zadaj močan marketing.

Ali kot ženska pišete več o ženskah?

To nima povezave. Pišem o moškem smučanju, biatlon delam oba spola, pri smučarskih skokih pomagam in delam o moških, strelce in plavanje delam oboje, golf in motokros pa delam moške. Nihče me ne omejuje, o čem naj pišem.

Če bi v plavanju imela isti uspeh moški in ženska, o čem bi pisali?

O obeh. Izpostavila bi boljši rezultat, ne glede na spol.

Ste kdaj zaradi spola doživeli drugačno obravnavo vašega dela?

Ne vem, koliko je vplival spol, morda je bila zraven tudi mladost. Ko sem bila stara 17 let, sem delala na radiu, a me organizator ni spustil na tiskovno konferenco v Planici. Pustil me je pred vrati. Rekel je, da je omejeno število novinarjev. Dogodilo se mi je tudi, da sem klicala uveljavljenega bivšega trenerja, s katerim sem se pred tem že večkrat pogovarjala, toda ob eni priložnosti je rekel: »Kaj pa vi veste o športu? Edini, ki kaj ve, je vaš kolega.« So pa tudi nasprotni primeri, ko mi je kaj uspelo, ko komu drugemu ni. Ne vem pa, če je bilo to povezano s spolom.

Kaj pa med novinarskimi kolegi?

Spomnim se prigode, ko smo pobirali izjave. Ko sem končala s svojim delom, je za menoj prišel moški novinar in je športniku dejal: »Zdaj pa bova midva rekla eno po moško.« Kot da sem ga spraševala ženske stvari, čeprav ne vem, kaj bi to sploh lahko bilo.

Zdi se, da je v športnem novinarstvu precej žensk.

Res je, še posebno v zadnjih sedmih, osmih letih. V naši redakciji smo štiri, kar je tretjina vseh. Več kot včasih. Drugače je na mednarodnih prireditvah, kjer je bistveno več moških. Včasih sem na kakšni tiskovni konferenci celo edina ženska. Več novinark je edino v alpskem smučanju, v plavanju v Sloveniji je podobno. Vsaj v naši redakciji imamo tudi žensko, ki poroča o košarki, ki je moštveni šport.

Imate kakšen odziv bralcev?

Enkrat sem dobila elektronsko pošto, zakaj ženske v naslovih pišemo z imeni, moške pa s priimki. Čeprav vsaj jaz moške včasih zapišem tudi z vzdevkom. Primer je Damir Dugonjić, ko zapišem Dugi. To je povezano predvsem z dolžino priimka, ko je potrebno gledati na

prostor, saj je pomembna vsaka črka. Verjetno je to povezano tudi s sklanjatvijo. Lepše se sliši: »Je povedala Tina« kot pa »Je povedala Mazejeva«. To se mi ne zdi diskriminacija.

Priloga H: Intervju Barbara Kavčič

Kakšno je poročanje o športnicah v slovenskih medijih?

Moški športi so bolj zanimivi in gledljivi, zato so ženske v športu zapostavljene. Gledati moramo na bralce, ki jih ne zanima umetnostno drsanje, ampak moški nogomet. Že ženski nogomet jih ne zanima. V ospredju so uspehi, ampak pri ženskah mora biti res izjemen uspeh in na daljši rok, da je zanimiv. Če Tina Terstenjak zmaga v svetovnem pokalu v judu, to ne pomeni, da bo imela kaj več pozornosti kot za en članek. Ekipa je komercialen medij, ki se mora prodati na trgu.

Ali ne bi imele ženske več pozornosti, če bi mediji o njih več pisali in bi bile zato bolj zanimive širšim množicam?

Verjetno je nekaj na tem, toda ljudi zanima predvsem smrt, lepota, golota, v športu pa uspeh. Takšna je naša družba. Podobno velja za ženske v športu, ki so zanimive predvsem zaradi svojega videza. Dvomim, da bi kdo šel brati prispevek o ženskem nogometu in bi ga zanimal potek tekme. Tudi če bi bralcem ponujali najboljše možne članke o ženskah, bi jih težko bolj zanimalo toliko kot moški v športu. V tujini je razlika in ženskemu nogometu posvečajo več pozornosti, denimo na Švedskem, toda imajo izjemno uspešno reprezentanco. Tudi Slovenke bi imele v moštvenih športih več pozornosti, če bi bile med najboljšimi na svetu.

Potem je uspeh ključno vodilo?

Nedvomno, toda mora biti dolgoročen, saj v nasprotnem primeru pride le do enkratne pozornosti. Dan ali dva, potem pa se zgodba izpoje.

Je podobno pri hokeju na ledu?

Ženski hokej ne zanima nikogar. Tudi pri novinarskih kolegih občutim opazke, da šport sploh ni za ženske, še posebno športi, kot so rokomet, košarka ali hokej na ledu. Drugače je denimo za odbojko, ker so lepe punce pomanjkljivo oblečene. Hokej je še toliko bolj specifičen, ker že za moške so slabi pogoji, za ženske še toliko bolj.

Če bi imeli v Sloveniji tako močno žensko hokejsko reprezentanco, kot jo imata Kanada ali ZDA, kakšno pozornost bi imela?

Tam je hokej način življenja. Gre tudi za posebno okolje, kjer je reprezentanca nekaj svetega ne glede na šport ali spol. Podpirajo vse. Kljub temu so tudi tam hokejistke daleč za hokejisti, ki so v Kanadi in ZDA prav tako vrhunski. V Sloveniji pa imamo pri ženskah le tri klube.

Kakšno je poročanje o ženskah v športu v Sloveniji po vsebini? Se strinjate z opazkami, kot so »lepa Ana«, »dolgonoga Rusinja«... ?

Verjetno je odvisno od pisca. Kaj takšnega prej izpostavim v intervjujih in posebnih zgodbah, ko zapišem »javolasi hokejist«. Nikakor pa teh pridevnikov ne uporabljam v poročilih tekem. Pri športnicah, ko o njih pišejo moški, je več tega. Še posebno na internetu.

Ne bi zapisali mišičasti Jan Muršak?

Ne, nikoli. Največ, kar gre v to smer, je, da zapišem, da je Anže Kopitar hrust, ampak bolj zaradi tega, ker je velik in močan. Če bi že izpostavljala lepoto, bi zapisala, da se za tem športnikom ozre marsikatero dekle. Nikoli pa ne direktno, da je Andrej Hebar lep.

Vas kot žensko, ki pokriva izrazito moški šport, kaj drugače jemljejo v hokejski sferi?

Zagotovo. Sem specifična po karakterju. Nikoli ne stojim in čakam, ampak grem zraven in povem koga hočem imeti za izjavo. Razlika je tudi pri športnikih. Ker sem ženska, pri njih opazim večjo sproščenost in da se lažje odprejo in povedo več stvari. Še toliko bolj, če se malo nasmehneš. Najbolj se to opazi v mešanih conah, kjer se športnik hitreje ustavi pri novinarki kot novinarju. So prednosti, ker sem novinarka.

Ste doživeli kakšno negativno izkušnjo?

Ne. Morda zato, ker je hokejski novinarski prostor majhen in se vsi novinarji zelo dobro poznajo. Točno vemo, kakšni smo in da se lahko vse dogovorimo. Kvečjemu gre bolj za to,

da marsikdo misli, da sem mlajša, vsaj kakšnih sedem, osem let. No, izpostavila bi redarje pred dvorano. Čeprav pokažem novinarsko izkaznico, me čudno gledajo, kot da bi pričakovali hosteso in ne novinarko.

Kako se počutite v redakciji, kjer sta dve ženski in petnajst moških?

Meni je super. Ne vem, kako je delati v kolektivu žensk. Imam izkušnjo iz ženske ekipe, kjer ni prijetno, če si skupaj štirinajst dni. Z moškimi je lažje, saj so bolj odkriti. Naša služba je tudi takšna, da delamo dnevni izdelek, zato se problemi ne smejo odlašati na pojutrišnjem. Ko se skregamo, gre hitro mimo. Zahrbnosti in zlobe ni.

Je novinarski prispevek drugačen, če ga napiše ženska ali moški?

Če sodim po sebi, potem je. Včasih se mi zdi, da bi morala biti bolj kritična. Čustveno se bolj poistovetim z nekom, ki je izgubil. Veliko bolj kot moški, v to sem prepričana. Morda gre za materinski čut. Ženske športnikov ne želimo pribijati na križ. Moški imajo manj distance in so bolj ostri. Problem je tudi v tem, da vsi vse poznamo. Hokejisti se ne menjajo. Z istimi obrazi delamo po deset let in več.

Bi drugače pisali, če bi poročali o ženskah?

Z ženskim športom skorja nimam kontakta. Verjetno bi imela isti pristop.

Ste ženske v novinarstvu po številu dovolj dobro zastopane?

Novinark je vse več. Bi pa izpostavila materinstvo med novinarstvom. Gre za zelo zahtevno službo, če želiš imeti otroke. Delo poteka popoldan in zvečer, skoraj nikoli ne veš, kdaj se ti bo dan končal, konci tedna so zasedeni... Precej žensk uživa v novinarstvu nekje do tridesetega leta, potem ko začnejo razmišljati o družini, pa gredo drugam. In tudi denarja je bistveno manj glede na količino dela in porabljeni čas. Za kakšen prispevek potrebuješ tudi po pet ali celo deset ur, da vse dobro premisliš.